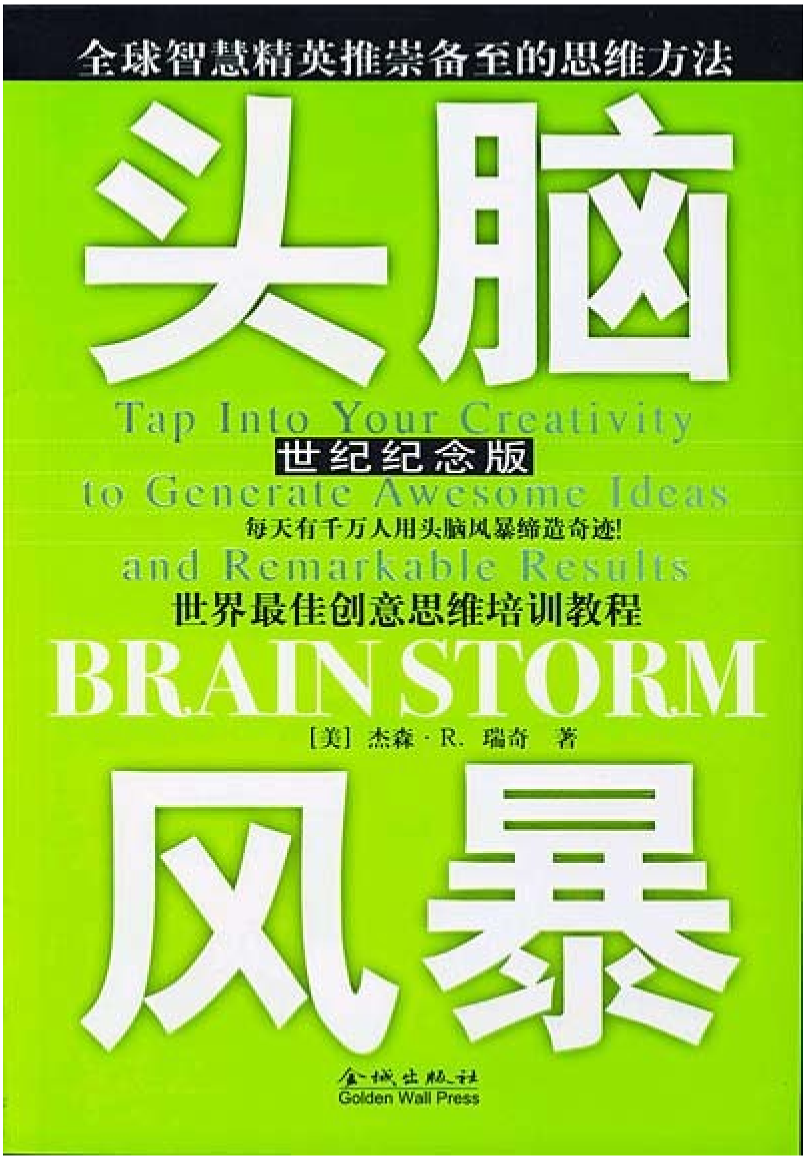
[illegible]

[illegible]

([illegible])[illegible] R [illegible]


全球智慧精英推崇备至的思维方法
头脑
Tap Into Your Creativity
世纪纪念版
to Generate Awesome Ideas
每天有千万人用头脑风暴缔造奇迹!
and Remarkable Results
世界最佳创意思维培训教程
BRAIN STORM
[美] 杰森 · R. 瑞奇 著
风暴
金城出版社
Golden Wall Press

[illegible] …

[illegible]

创意就是要允许你自己犯错。艺术就是知道需要保留哪一个想法。

— — 斯考特亚当斯（Scott Adams）

这个世界充满着伟大的创意和产生伟大创意的人们。每一项革新，新发现，艺术作品，音乐曲子，小说或是商业计划都闪耀着某个人的创意。而创造性思维的能力就在那些选择利用自己的创造力，开发自己的创造力，并相信自己那惊奇能力的人的体内。

你有产生创意并最终取得成功的那些潜质么？答案是毋庸置疑的。然而正如你学习另外的读书，写字，做数学题的技能一样，它也需要通过训练来正确使用自己的头脑来进行创造性的思考，头脑风暴，还有利用自己的创造力。

无论你是做什么的，也不管你的个人兴趣是什么，只要你在面对生活的挑战和磨难的时候愿意充分利用你的大脑学习创造性地思考问题你就可以变得更加成功，成就更大的事业。一旦你发现了如何产生无与伦比的创意，你的成功就取决于把它们变成现实。

毫无例外的每个人都可以受益于学会如何产生绝妙的创意并把他们应用到实际并结出丰硕的果实。头脑风暴》 是助你更好了解创造性思考和头脑风暴过程的个人路标。这样你也可以产生出能够改善你周遭世界的绝妙创意了。

一旦你学会了产生创意评价它们并挑出最好的用以实现的基本技巧之后，你就会有机会直接向那些因为自身的创造力，通过头脑风暴产生创意而获得成功的人那里学习。

书的后半部分采访了职业白领，企业家，艺术家和艺人，他们的共同点都通过使用自己的创造力在自己的领域里取得了成功。

在很短的时间内，你也能产生自己的创意，或者是基于别人的创意来发现解决问题以及迎接挑战的方法。你也会想出能改进你的个人生活，职业生涯或是财政状况的创意来。每个人都有思考，头脑风暴，创造和革新的能力。那是什么阻止你运用你的创造力呢？对大多数的人来说，是恐惧或者是缺乏足够的知识，技能，动力以及把创意转化为现实的信心。

你也能从这本书当中受益

不要思考。思考是创造力的敌人，思考就是自我意识，而任何自我意识的东西都让人恶心。你不能尝试着做事情，而必须做事情。

— — 雷布莱伯利（Ray Bradbury）

每个人都可以运用头脑风暴产生新创意，并在个人生活或是职业生活当中实施这些创意，并从中受益。产生无与伦比的创意的能力跟你的智商并没有任何关系。

学会如何使用这种能力会最终帮助你在生活的各个层面达到成功。我们都有需要面对的挑战，需要克服的障碍还有想要实现的目标。通过正确使用自己创造性思维的能力，你能发现革新性的方法来抓住并利用机遇，你还能对你所遇到的问题，挑战，以及障碍找到全新的或者是可选择的解决方法。而且你也最终能够制定成熟的行动计划来实现你的目标和梦想。

每个人一定都听过“开拓新思路”这个词组，但它真正的意思是什么呢？通过这本书你能学到如何从不同角度的进行思考，如何用不同的方法来处理生活中遇到的各种状况。你会了解用创造性能力来面对问题而不是用负面情绪或恐惧来面对问题的原因。

一些人每天都依靠创意生活，他们包括艺术家，作家，音乐家，演员，科学家和发明家。但是就算是他们当中最成功的人物有时候也会遇到创意障碍。如果你的事业依赖你的创造力，或者你能通过学习如何更加富创造性的进行思考和头脑风暴能抱住改善你的生活，那这本书肯定会对你有所帮助。

当你克服表达创意的恐惧，学习如何像个革新者一样思考，并发现完美头脑风暴背后的秘密的时候，你还需要通过练习来掌握这些新技能，这一点是非常重要的。跟其他的技能一样，创造性思维和头脑风暴的技巧需要逐渐培养和完善。你需要花一些时间，经历和努力，但是结果会证实这些付出是值得的。

我们可以抵抗敌人的入侵，但是却没法抵挡创意的出现。

— — 维克多雨果 （Victor Hugo）

如何把创造性思维运用到生活当中完全取决于你。你会发现无数种的可能。当你开始连上你的创造性引擎并获得成功，请通过 e-mail把你的经验跟我们分享，我的邮箱是jr7777@aol.com。或许我们出这本书的下个版本的时候会找你做访问，谁知道呢！

— — 杰森R瑞奇

第一章 下一个伟大的创意就在你的脑子里：头脑风暴的基础
在奥兰多的迪斯尼乐园当中，出现在爱普卡中心的第一个游乐项目就是“通往想象之旅”。从表面来看这只是给孩子提供娱乐的，因为它的特色就是一个可爱的紫色叫做“虚构”的生物（跟你想象中的虚构事物一样）。这个主题公园展示了跟你我一样的普通人能够运用自己的创造力成为一个创造性革新性的思想者。

第1节：头脑风暴的基础

在奥兰多的迪斯尼乐园当中，出现在爱普卡中心的第一个游乐项目就是“通往想象之旅”。从表面来看这只是给孩子提供娱乐的，因为它的特色就是一个可爱的紫色叫做“虚构” 的生物（跟你想象中的虚构事物一样）。这个主题公园展示了跟你我一样的普通人能够运用自己的创造力成为一个创造性革新性的思想者。

从这个主题公园，成人们会学会重要的一课：你永远都不会因为太老而没有了创造力。不管你做什么事情，你都可以运用你的想象力成为一个革新性思考者。尽管在现实的社会当中不会有可爱的歌曲，也没有紫色的精灵飞来飞去，但是你已经听过了“开拓新思路”和“换个角度思考”这样的说法。而现在大大小小的公司都开始意识到创造性的思考者会是公司非常重要的一笔资产。

事实上，一些最大最有影响力的公司已经花大价钱请了顾问来帮助高层人士在处理生意上面变得更加富有创意。

每个人（你也一样）都有想象力，同时也有思考的能力和创造力。问题是当我们中的大多数人从孩子长大成人时（这个过程当中我们一直被灌输“相信并接受事实”的常规观念），我们开始抛弃创造力而改用理性进行思考。作为成人，我们常常过多的去分析问题，学会了接受现状，按照上级的指示做事，还因为自己的原创想法跟常规不符受到批评而感到恐惧害怕。

举例来说，在商务会议上，常常会有太多的人害怕说出自己的新创意或看法，或者根本不去想自己的创意和观点。他们这么做仅仅是因为害怕被攻击，害怕自己的创意或观点不合时宜，或者是担心因此而不受同事和上司的欢迎。如果你已经长大了，忘记了怎么使用你的想象力，忘记了怎么进行创造性的思考，或许你应该到青春之泉里泡一泡，重新学习一些有用的技能。

一些成人特别是演员，艺术家，音乐家，作家，发明家和企业家，他们继续保留了一部分童年时期的创造力，不停的使用他们的头脑产生全新的创造性的想法。尽管这些人长大成人后丢弃了童年时期的蜡笔，涂鸦，以及扮演各式各样角色的服装，但他们发现了动用脑子从不同的角度思考能让他们获得成功。但是要成为一个创造性思考者或是头脑风暴专家，你并不需要艺术气质。

不管你是谁，不管你从事什么职业，《头脑风暴》就是来帮助你用稍微不同于以往的方法来使用你的头脑，从而达到更有创造
性更具革新性的目的。利用创造性思维和头脑风暴产生新创意的能力是一种技能，它跟读书，做数学题，使用电脑的技能是类似的。它是人人都具有的，只是大家常常不知道怎么正确的使用的一种技能。这种技能在完全掌握之前需要花时间进行培养和发展。

你很快就会发现创造性思考或是头脑风暴产生新创意都是为了解决问题，处理问题，或是对原有的创意进行改进。因此不管在
你的个人生活，职业生涯或是财务方面出现了什么问题，只要你能够学会从不同的角度看待问题，你的情况就可能得到极大的改善。

那些用来改善与你的个人生活，职业生涯或是财务方面相关问题的创意就在你的脑子里，只是它们或许被锁起来了，等待你去
释放。好的创意甚至大多数绝妙的创意都在你的脑子里，这本书就是要告诉你如何产生，分析和实现它们。

这一章里我们首先要探讨创意到底是什么。要知道每个人有很多的创意，同时也有很多产生创意的原因。接下来你就会学会如
何通过头脑风暴产生能达到完美结果的绝妙创意。然后你会学习如何完善你的头脑风暴的能力并最终在你的个人生活，职业生活和财务生活上实现这些创意。

第2节：那究竟什么是创意呢？

或许产生一个伟大的创意的想法会让你联想到一个虚拟的灯泡在你的头顶上亮起来，然后你的脸上出现一种表情仿佛在表达 “有了！我想到了！”。创意是你头脑的产物，有时它会在你想要它出现的时候出现，而有时它会在你完全没有预计的情况下出现。

创意就是独创性或是突破性的点子。而韦伯斯特词典给出的点子的定义是“明确表达的想法或观点”。嗨，你当然有想法和观
点！或许这些创造性思维和头脑风暴的概念并不是那么难学的事情。它们或许还会很有趣，谁知道呢？！

每个人都有自己的想法。中午时分你可能觉得饿了，你就对自己说：“我想要吃东西”。找些东西来吃的概念就是点子。因为
你每天都得吃东西，所以这个点子不是一个新的，原创的想法。如果你去每天都去的速食店从同一个菜单上点你每天都吃的食物，那这个点子就更加没有新鲜感了。或许这个时候我们该稍稍用一用我们的创造力了。你可以尝试着去以前没有去过的餐馆吃以前没有点过的事物。试验，尝试新的事物，并发现替代选择也是创造力当中的一个部分。当你开始学习进行创造性的思考时，“新” “改善”这些词就会经常出现在你的生活当中了。

尽管每个人无论如何都能产生点子，但总有一些人不允许自己产生创造性的革新性的创意。人们不让创造力自由作用的原因有很多。要成为一个创造性和革新性的思想者的窍门就是要从不同的角度看待这个事情——用不同的思路来对待这个世界，愿意迎接变化，愿意承担实现创意而带来的风险。

普通的点子跟创造性的革新性的创意是有很大的不同的。你已经知道了怎么样想出一个点子。是时候你该运用你的想象力通过头脑风暴产生创造性的革新性的创意了。

从行为榜样那里寻找灵感

每个人都至少知道一些创造性或是革新性的思考者，他们被人们奉为偶像，成为很多人的行为榜样。当你开始学习创造性思考的艺术的时候，你可以从这些人身上寻找灵感。学习他们是如何思考的，他们的灵感来自哪里。努力让他们的成功也发生在你的身上。

现在开始想出5个获得成功的创造性人物，把他们的名字列下来。这些人不需要是你认识的。他们可以是名人，历史人物，企业领导，艺人，艺术家，甚至是政治家。

你列出5个让你印象深刻的创造性或革新性思考者之后，考虑一下每个人都有哪些地方能给你启示。他们的哪些品质你是可以模仿并在生活当中得到运用的？例如娱乐圈里可以认为是有创意的人物有怀特迪斯尼（Walt Disney），吉恩罗丹贝利（Gene Roddenberry，《星际迷航》的创造者），吉姆汉森（Jim Henson，布偶的创造者），阿尔福雷德希区柯克（Alfred Hitchcock），乔治卢卡斯（George Lucas），弗朗西斯福特科波拉（Francis Ford Coppola）以及斯蒂芬斯皮尔伯格（Steven Spielberg）。如果你在特定的一个领域里工作，你应该列出在你这个领域里你所敬仰的人物。

现在在下面列出5位创造性的思考者：

1.____

2.____

3.____

4.____

5.____

现在去图书馆或者通过网络去寻找关于他们的资料，尽可能多的了解每个人。例如他们的人生哲学是什么？是什么激发了他们的创意？他们是如何把创意应用于生活实践的？

如果你认识你清单当中的人物，能够直接跟他接触，那就直接问问题。当你开始了解这些由于他们的创造性而受你崇拜的人物的时候，你会发现哪些品质是你可以仿效从而提高自己的创造力并获得成功。因此，当你开始应用自己的创造力的时候，你可以问问你自己“填上名字 在遇到这种情况的时候会怎么做？”因为你已经研究过了，你应该能对你的行为榜样处理你面对的各种各样问题的方法作出一个合理的猜测。你可以用这个作为你的起点，找到自己的灵感和创意。

第3节：了解一些术语

因为在这整本书当中有一些术语像是头脑风暴，创造性思维，和革新性思维会交互使用，所以在我们继续之前，我觉得还是有必要把这些术语稍稍解释一下。

头脑风暴是一种来鼓励创造性思维从而产生针对某个问题或者议题的各种各样的点子的技巧或是活动。单个人或是一个团队都能进行头脑风暴。头脑风暴是用来得到点子的，而不是分析并实施它们。因为这个过程使用系统化方法，有时还会使用一些不常见甚至是不被准许的方法来处理一个问题，所以也被叫做水平思考。

创造性或者是创造性思维是专注你的思想来产生一些从来想过的新的独创性的想法这就像是接入你大脑当中的一部分从而可以让你从另外一个角度另外一个视角或是换一个思维来对待某个问题。思维仅仅是思考的过程而已。你可以不需要创意而有各种各样的想法，而创造性的或是革新性的思维则需要你全心投入（无论是你一个人还是在团队当中）来产生全新的想法或是用能自然激发创意的方法思考。创造性思维因为是对传统思维的延伸所以也被叫做发散性思维。

整本书都是在说用创造性思维或是革新性思维来处理问题的概念。在这本书当中“问题”并不一定是需要修正的事情。面前的问题可能是一个机遇，一个挑战，一个疑问，一个担忧或是另外的可以通过使用新创意而得到改善的情况。所有能通过改变当前的方法而受益的情况都可以认为是需要用头脑风暴解决的问题。

举例来说，你可能会参加一个头脑风暴会议贡献自己对于某产品或是服务的想法。在这种情况下，你所要做的就是提供针对产品或是服务新的点子。类似的如果你是一个音乐人，你就会需要运用头脑风暴来写出跟你的曲子配合得天衣无缝的歌词。这种情况下你所要做的就是想出歌词了。有些情况下你需要头脑风暴来发掘公司当中的新机遇。例如你会想要采用新的营销方法来促销原来的产品和服务，或者想出原有产品或是服务的新用途从而来吸引大群潜在客户。

第4节：我们为什么需要新的创意

创意帮助我们发展成一个社会或是一个个人。创意让我们能够发明新的事物，改进旧事物，让我们的生活质量得到提高。有一些创意是革命性的，有一些尽管没有改变世界同样也是全新的突破性的。

例如汽车的发明就是革命性的。它的出现改变了人们从一个地方移动到另一个地方的方式也让很多的马匹失去了它们的原本得作用。而麦当娜(Maddonna)，史密斯飞船(Aerosmith)或加斯布鲁克(Garth Brook)发行的新单曲虽然从音乐的角度来看有着最新最具创造性的创意并能给全世界上百万的音乐爱好者带来愉悦的享受，但它们并不能改变我们大多数人的生活方式。

每个创意都是有目的的。要使头脑风暴更加高效，一个绝妙的方法就是一开始就定义它的目的并标明它，这样你的目的就能更好的传达给别人。

几乎所有的创意都是用来：

解决问题

处理一个议题

克服障碍

让事情变得更好，产品更便宜，服务更方便或者更有趣

就算是一件艺术作品或是音乐作品也解决了某个在艺术家或是音乐人脑子中盘旋的问题。或许艺术作品就是用来发表一份声明或是传递一个概念（无论它们是多么的模糊）。

在商业世界当中，我们不断需要新的创意来研发新的产品和服务，改善原有的产品和服务，成功地把产品和服务销售出去，提高利润，降低成本，减少浪费以及提高生产效率。如果你是一个孩子的父母，你就不停的需要新的创意来保证你的孩子在家里不会觉得无聊，或者是孩子下一个生日聚会的主题。如果你是一个画家，就算你决定画日常的东西像是一个苹果，你也需要创意来在画布上表现你眼中的这个苹果。

一个创意要是好的或是要对某人某事产生正面的影响并不一定是革命性的。一个创意可以通过改进原有的创意或是基于原有的创意而产生，并成为原有创意的一个延伸。

第5节：独创性创意

独创性的创意是在从来没有想象过的全新的事物基础上产生的。发明家常常会想出一些会在未来改变我们生活的创意，如新的产品，新的理论还有新的技术。

依你的观点，人类历史上哪些可以称得上是最绝妙的发明（基于独创性创意产生的）呢？现在花一点点的时间列出你的前十名榜单吧。

1.____

2.____

3.____

4.____

5.____

6.____

7.____

8.____

9.____

10.____

根据你的个人背景以及你看待这个问题的方法，你的答案当中可能包括：药品，汽车，电脑，飞机，收音机，电视机，蒸汽机，晶体管，电或者是电话。

一个真正的原创性想法，要完全不同于任何人任何时候的想法是非常难的。大多数的创意，包括很多你列出的都是在原有想法上的改进。电视可以看作是一个完全独创的概念（通过空气传送图像和声音），但也有观点认为电视是对收音机的一种改进（它仅仅传送声音）。

第 **6** 节：改进原有的创意

现在看看你列出来的那个榜单，你应该可以看出来某些重要的发明或是革新都是在某些概念或是产品的基础上做的改进，或者是为了解决某些具体的问题而出现的。你的创意并不会因为是基于另外的创意或是对另外创意的改进而变得不重要或是不可信。

在这本书当中我会一直要求你参加一些小的练习来提高你的创造性以及头脑风暴的技巧。你现在准备好试一下了么？到你的书桌上拿一个普通的回形针吧。

很明显回形针是一种用来固定少量纸张的常见办公用品。现在运用你的任何能力以及你现在已经拥有的头脑风暴的能力，列出回形针的另外五种用途。你不需要给自己设置时间限制，只需要坚持完成整个过程。

这个练习的规则如下：

你的点子不需要是实用的

没有所谓正确或是错误的解决方法

没有时间限制

任何方法都不是愚蠢的

在产生点子的时候你如何处理回形针都没有关系

我们在开始头脑风暴的时候首先就是应该定义问题所在。在这个情况下你手头有一个回形针，你需要想出五种点子来使用这个回形针。现在从另外的角度来看这个回形针，忘记它最常见最原始的用法。接下来无论你的点子多么的荒谬，多么的惊世骇俗，全部把它们写下来。记住，在头脑风暴当中没有“愚蠢”，“不合适”或是“坏”这些字眼。

除了固定少量的纸张之外，回形针还会有哪些用途呢？

1. ____

2. ____

3. ____

4. ____

5. ____

完成你的清单了么？这个练习花了多久完成？万一你完全没有头绪，下面是一些可能的答案：

回形针可以当钥匙链来穿钥匙。

可以用回形针当作钱夹从而代替钱包。

可以把很多的回形针连在一起做项链或是手链。

把回形针拉直，然后围成一个圆圈做戒指。

把回形针拉直然后把它折成另外的形状，像是手杖的形状或是小雕塑，艺术品之类的。

把回形针拉直，当你的掌上PDA死机的时候可以用来按那个小小的重启按钮。

就算你现在不能想出五种用途，那也至少想出了一两种了吧。恭喜你！你刚刚完成了你第一次的头脑风暴。你刚才所做的就是改进别人的创意——发明回形针——在此基础上做了扩展。虽然你的点子并不具有革命性，你想出的新用途也不会改变回形针产业，但你至少向自己证明了你有进行头脑风暴产生新点子的基础技能。

第7节：何谓“开拓新思路”

在美国的商业界这个词已经太常被使用以至于大多数人都不会去注意到它了。开拓新思路究竟意味着什么呢？而且这个假想的旧思路又是什么呢？把思想束缚在旧思路上又会有什么错呢？

“开拓新思路”这个词组对你意味着什么？稍微花一点时间想一想。从创造性思维和头脑风暴的角度来说，这个词组意味着
我们平常的想法，我们看待事物的方法（我们的观点），以及我们做事的方法都是陈旧的，非独创性的，迂腐的。它们只是我们出于懒惰，方便或者没有别的更好的方法而采用的陈腐的方法。我们只是用一种陈旧的思路来看待问题，所以只能看到问题的一个方面。

只要简简单单的从陈旧的思路当中跳出来，我们的观点马上就改变了。我们可以用另外的方法来看待事物也能针对每天相同的问题和挑战采取不同的方法来处理。我们可以用全新的思维和经验来处理问题从而可以产生很多以前从来没有出现过的创意。而这一切仅仅是因为我们想要它们出现。我们可以通过用完全不同以往的方法看待或是考虑问题而产生全新的，创造性的，革新性的创意。

第8节：完善创意来满足你的需要

有时候解决或处理一个问题并不需要产生一个新创意。很多时候在原有创意的基础上进行完善来达到自己具体的要求会比想一
个全新的创意并实现它来得合适和方便。

举例来说如果你为一个财富500强企业工作，有通知说员工花在使用互联网做无谓事情的时间太多了，这个已经严重影响
了工作效率。公司要你减少浪费在上网上面的时间提高工作效率。

经过评估自己工作期间使用互联网的时间和目的，你发现自己没有花任何的时间在网上进行娱乐或是做私人事情。你没有通过
即时通信软件跟朋友聊天，没有用互联网计划自己下一个假期，更没有上网玩游戏。

使用网络不够高效是因为每天都需要清理邮箱当中的大量的垃圾邮件。你的收件箱里总有很多让人讨厌的广告邮件，连锁邮件，笑话或者是另外需要花费大量宝贵的时间阅读和回复的邮件。

那你能做什么可以达到公司的要求同时又不影响自己有效的使用互联网呢？一个方法就是让员工完全放弃上网（没有创意！）。经过思考和头脑风暴，你会产生让公司网络使用邮件过滤系统的想法。这种邮件过滤系统可以阻止90％的垃圾邮件。或者你可以要求大家工作期间不要发送连锁信件除非是跟工作相关的。这些新的想法可以解决这个问题同时还能让大家继续上网（做一些有益的事情）。结果是工作效率上去了，每个人都很满意。这只是通过完善一个原有的创意来更快更方便的达到自己想要结果的一个例子。

除非得到上司的许可，否则完善一个创意并不意味着你可以改变你需要遵从的规则。在一些合适的场合下，如果出来的结果是
好的，而且对规则的改变无论对规则的制订者还是执行者来说都是可以接受的情况下，规则就是用来被打破的。

第9节：是谁产生了这些伟大的创意

当你在脑子里回答这个问题的时候你可能想到的是爱因斯坦，爱迪生，比尔盖茨或是另外一些世界著名的发明家和革新性思考者。

而事实是这个世界上真正伟大的创意都出自像你一样的普通人。那些人不但有勇气表达自己的创意，从不同的角度进行思考，跟世界分享自己的创意而且还愿意付出努力来让人们接受他的创意，投入实践并最终真正成为现实。他们才会有最最绝妙的创意。

的确，发明家，科学家，科研人员，艺术家，作家和音乐家的工作是花大量的时间进行创造性思维。然而对于普通的人民大众来说，这项技能也可以成为日常生活的一个部分。你并不需要成为像爱因斯坦一样的天才，你也不需要做一个富有技巧的音乐家，艺术家或是作家来给你的个人生活或是职业生涯加上一点创造性思维和头脑风暴。

你也可以把你的创意转化为现实

在了解了创造性思维和头脑风暴后面的秘密之后，你会发现想出一个绝妙的创意只是第一步而已。想要达成自己希望的好结果，你需要分析自己的创意，挑出最好的那个，然后实施它并最终实现你所想要达到的结果。

分析和挑选是非常重要的，但是在对自己的创意（或是别人的创意）进行挑剔的时候有正确的时间和错误的时间之分。在最初
头脑风暴阶段不应该有任何的挑剔和分析。在进行头脑风暴的时候你想出的点子的数量比质量来得重要。只有当已经想出了足够数量的点子之后你才需要回过头去考虑哪个点子是最合适解决手头的问题的。

在分析挑选了你的点子之后，你就应该作个计划来实现你的创意了。实现一个创意在很大程度上跟实现人生的另外的目标没有
太大的区别。你需要一个具体的目标，设定一个最后期限，然后制定一个考虑成熟组织严密的计划来实现你的每个想法。这包括决定需要做哪些事情，想出最好的方法来做这些事情，并持续努力为在你生活任何方面实现你的创意而工作。

当你确定哪个创意是值得追求的之后，你还需要最基本的项目管理，时间管理和组织技能，以及别人的支持来实现你的创意。

第10节：把你的担忧和不安全感统统抛到身后

把你的担忧和不安全感统统抛到身后

在这本书当中你会学习成为一个创造性思考者所需的各种策略以及并找到提高自己头脑风暴技能的方法。你甚至还有机会从著
名专家那里学习头脑风暴和创造性思考的技巧。

但是如果你只能从本书中学到一样东西，那就应该是永远不要害怕创造性思考，永远不要担心别人怎么评价你的想法。要成为
一个头脑风暴专家就意味着当产生创意并传达给别人的时候不要害怕被攻击。

恐惧就是区分普通人跟伟大创造性思考者的重要分别。特别是在创造性思考或是进行头脑风暴会议的时候，你完全不需要担心
你的创意太愚蠢，太惊世骇俗，太不可行，不被你的同僚接受甚至是完全错误的。在后面挑选阶段你可以把那些没有用的点子摒弃。作为一个头脑风暴者，你最重要的工作是想出新的点子，大量的新点子。

这本书后面还会多次从不同的角度阐述克服恐惧和个人不安全感这个概念。因为正是恐惧和不安全感让很人多人在创造性思考
和头脑风暴方面不能充分利用自己的潜能。

接下来讲什么？

《头脑风暴》是给你提供一些你最终可以轻松应用于生活的实用的建议和策略。我们在创造力，头脑风暴以及创意如何产生方面做了很多的科学技术上得研究，同时还牵扯了一些哲学理论。但是这些并不是这本书的全部内容。这并不是介绍创意如何形成以及大脑如何运转的理论和科学研究的教科书。这本书是给那些想要能够更加富有创意的思考并想要马上应用学到的东西的人的。下一章里我们会讨论是什么激发了创意。第三章里你就会学习如何进行头脑风暴了。

前八章里将会提供一些具体的指导以及一些互动练习，书的后半部分则会提供一些采访实录。这些采访实录跟前八章一样的有用，你可以从一些出于创意和头脑风暴能力而成功的著名人物（或者是为著名公司工作的人）的经验当中学到很多。这些人（把他们当作你的行为榜样）的经验在你应用前面几章里学到的技巧时将会非常有用。

准备好了么？你就要开始学习如何从不同的角度看待事物，用全新的方法解决和处理问题了！

第二章 剖析创意
在你还没有开始产生绝妙的创意之前，让我们先来看看这一章，它将会帮助你了解创意产生自哪里。同时你也应该开始反思一下自己的生活，看看你的创意都来自哪里。

第1节：实施新创意有助于生活的各个方面

在你还没有开始产生绝妙的创意之前，让我们先来看看这一章，它将会帮助你了解创意产生自哪里。同时你也应该开始反思一下自己的生活，看看你的创意都来自哪里。

实施新创意有助于生活的各个方面

正如我们前面提到的，产生新创意的目的是为了解决问题，处理议题，克服困难，让事情变得更好，产品更便宜，服务更方便
或者更有趣。当然这些情况也可以出现在你生活的各个方面而不仅仅局限于工作。

也许你阅读这本书的目的是为了能在工作当中进行创造性思维（也就是开拓新思路）。你是不是接到过上司的任务，但这个任
务却无法通过你惯有的思维来完成？像是要求你开发一个新产品或想出一项新服务，增加公司产品的市场份额，开拓新客户，增加利润，减少浪费，控制成本，让公司日常的运转更加流畅或更有效率之类的。

在你的个人生活当中你是否有一个想要深入钻研的爱好像是绘画，唱歌，编织，园艺，烹饪，室内装潢，集邮，或是机械改装，但却没有时间或精力；或者你自认为有足够的创意却没能去合理的利用？你是不是没有足够时间来达到事业和家庭的平衡？你是不是由于工作的关系导致在家的时候也觉得压力很大，以至于你跟你所爱的人在一起度过的时间也不能是高质量的？

你的财务状况又是如何呢？你是不是有足够的储蓄可以在你的投资策略下帮助你钱生钱呢？你是不是经济拮据，觉得依靠现在的收入维持所有的开支是一件不可能的事情？你是不是深陷在不停增加的信用卡债务当中呢？你是不是已经开始需要计划退休的事情，但是你现在的收入都不足以维持日常支出更不要提之后10年20年30年的花费了。你是不是需要一个不同的，更加有创造力的方法来处理你的财务问题来让你的钱可以延续的更久或者还清所有的债务呢？

一旦你开始一次一个地理清你生活中所面对的具体问题，担忧，和困难，然后决定你想要达到的结果，你就可以利用你的创造力和头脑风暴的能力从不同的角度来审视这些问题。接下来你可以分析这些主意，决定最佳方案。再来你就可以放手去执行这些全新的创意了。或许它们跟你现在所走的方向是完全不同。

一旦你明确了你的问题，担忧和困难，你会发现其中一些只需要很少的头脑风暴的能力且并不需要对你的现状做很大的改变就
能解决。而另外一些就需要大量的思考，并对目前的情况做出根本的改变。或许你需要冒一点风险，不要害怕你的新创意可能导致巨大的结果而受到攻击。当你开始逐一看待各个问题并考虑你所希望达到的结果是什么之后，你就会清楚的看到达到目的所需要的变化和思路的转变。

当你为了达到你的目标——也正是这些目标驱使你读这本书的吧——开始经常的使用你的创造力和头脑风暴的能力之后，你会发现你会无意识的把这些技能应用于你生活的各个方面了。这一般会是一个逐步的过程，所以记住在这个过程中不要对自己过于苛刻。用乐观的态度欢迎变化。

第2节：了解你的大脑

你的大脑是你身体当中最复杂的器官。它是控制中心，负责从呼吸到思考的所有身体活动。任何一秒钟里它都要同时处理成千
上万件任务，正是它的工作你才能活着并感受身边的世界。

历史上科学家，医生，和研究人员都曾致力于研究人类的大脑。但他们离真正理解这个令人惊奇的器官如何运作还是有一段很长的距离。他们现在还只是碰触到了表面。对大脑的研究的科学叫做神经科学或者是神经生物学。

要成为一个有创意的思想者或是想要掌握头脑风暴的艺术，你并不需要彻底清楚的了解你大脑中的几千亿神经细胞（神经元）是如何工作的，但是你需要了解一些基础知识来帮助你更好的利用你平时比较少使用的那部分大脑从而成功达到你所想要达到的目的。

大家都知道大脑主要分为左右两个部分，或者是左右两个半球。左右脑理论是20世纪70年代由加州大学的罗杰斯拜雷博士（Roger Sperry）提出的。

根据左右脑理论，右脑控制创造力的部分。当一个人从事创造性的活动如听音乐，绘画，做白日梦，或者是专注于颜色，图像，运动或是节奏的时候，他的右脑会比左脑活跃。

我们的右脑主要用于创意，而我们的左脑在我们进行逻辑的，理性的，客观的，分析性的思考的时候就派上用场了。当你使用
语言，进行写作，阅读，做数学题，或是处理信息的时候你就在动用你的左脑。因此人类的思考可以分成两个完全不同的模式。现在，当你在阅读这本书的时候，你就是更多地在使用你的左脑而非右脑，因为你在阅读文字处理它们所蕴含的意思。

现在闭上眼睛静静的想象你最喜欢的度假地，像是在一个阳光灿烂的温暖的日子造访一个美丽的热带海滩。你能在头脑中想象
那柔软的沙滩，蔚蓝的大海，温暖的微风，以及美丽的贝壳么？如果可以的话，你刚刚就使用了你的右脑。恭喜！你完全有能力变得富有创意！

当你在生活的各个方面都掌握了头脑风暴的技巧同时也成为了一个富有创意的思考者的时候，你会想要把你的左脑跟你的右脑联合起来使用这样你就可以产生绝妙的创意，然后可以分析它们并加以实施。

依据斯拜雷博士的研究，大部分人都倾向于更多的使用某一边的大脑。这就能解释为什么有些人数学方面非常出色而另一些人则更加有创造力更加有艺术方面的才能，更多的依靠他们的感情和情绪来行动。

每个人都同时使用两半边的大脑。理想的状况就是你能够同等程度地使用两半边的大脑来发挥大脑所有的潜能。这应该就是你急于想要知道的吧。那些能够同等程度的使用他们的左右半脑而不会潜意识的专注于左脑或右脑的人就被叫做“全脑者”。这就是你开始学着使用你的创意发展在生活的各个方面使用创造性思维技巧的最终目标。

第3节：创意来自哪里

你的大脑是令人惊奇的一个器官。大脑是你所有创意的产生地，但它却不一定是激发创意的源泉。你的经历，你所看到的，听到的，感觉到的，尝到的和你所闻到的，以及你遇到的人，你去过的地方，还有你消磨时间的方式，这些行为才是激发你，帮助你产生联想从而你的大脑能够产生创意进行头脑风暴的真正原因。

当你进行头脑风暴的时候，你的经历越丰富，你所感受到的东西越多，你的大脑就有越多的原料进行工作。刺激物能够经常地帮助你的大脑从一个完全不同的角度考虑一个特定的问题。

刺激物可以是简简单单的一个想法，一个物体，一个单词，一个短语，一种声音，一个图像，一种味道，一阵气味，或者是任何能够让你的大脑用不同的角度思考你正在进行头脑风暴需要解决的问题的事物。在某些情况下，利用随意的一个刺激物然后把它跟你正在努力思考的问题联系起来进行联想就有可能产生一个新的创意。

如果你用随机的单词作为刺激物，名词（人，地方和物体）并不是最好的选择。人类的大脑是自动组织思维的。它能快速的建立联系。因此，任何随机的单词都能刺激产生针对手头问题的创意。保持头脑的开放，随时欢迎由刺激物产生的联想。

刺激物的目的就是为了帮助你进行一个你在通常情况下不会去参与的思维过程。你的头脑一刻不歇的在建立联系和进行联想。它可以像电脑一样进行线性思维也能进行想象思维从而把一些看似随机的想法和概念串在一起。

刺激物能帮助你的头脑释放创意。当你在考虑刺激物的时候，想想有哪个词会出现在你的头脑当中，它让你感觉如何，用你所有的感观来感觉它的方方面面。很多人在头脑风暴的时候利用音乐，照片或是他们自己的人生经历作为刺激物。我们将在第三章里对刺激物的使用进行详细的阐述。

除了刺激物，还有很多练习和活动能够帮助你产生创造性的想法和激发你的头脑风暴。花一些时间来试验一下这些活动，看看哪一个对你处理某一类特定的情况来说是最有成效的。成为一个好的头脑风暴者和创造性思考者的一部分就是要学会如何随心所欲的使用工具来产生你所需要的创意。我们将在第四章介绍一些头脑风暴和创造性思维的练习。

如果我们只是接受现状，沿着已经习以为常的并广为接受的道路思考，这是一件非常简单的事情。如果我们试着从一个完全不同的角度来看待同一件事物并预见到一个令人惊讶的结果，这就有一点挑战性了。

如果你担心你不能进行创造性思维，你就错了！你晚上做梦的时候，做白日梦的时候或是幻想某件东西的时候，你就在进行创造性思维。例如当你在看一本小说的同时却在头脑当中想象书中的各个人物的时候，你就是在进行创造性思维了。当你参加一个商务会议或是上课的时候，偶然开始在纸上涂鸦，这也是创造性思维的一种形式。

第4节：什么样的环境能激发你的创意？

谈到创意，人们一般会在下面提到的环境下做的最好：

心理上和生理上都觉得舒服

没有很大的压力

能够放松

不会经常出现让人分心的事物

能专注于手头的任务

不会有被拒绝，嘲笑和批评的担心

你所选择进行创造性思维的环境是非常重要的。象是很多艺术家就是在他们自己设计的工作室里面工作是最富有成效的。

先考虑一下什么能激发你自己的创意。接下来创造一个对你进行创造性思维和头脑风暴最有益的环境。这可能需要调整屋内的灯光，放一些背景音乐，控制室内温度，开窗，或是让你自己舒舒服服的坐在一张沙发上（与你平时工作台前所用的不舒服的椅子相对），穿你的幸运衣服，或者是把外界的噪音和打扰全部阻在门外。

同时确保你所要使用的头脑风暴工具像是纸笔，白板，电脑软件，或是一些艺术用品都已经齐备。如果为了找一支好用的笔而打断了一个富有成效的头脑风暴过程是划不来的。

当为头脑风暴和创造性思维创造一个完美的环境的时候，可以考虑下面提到的一些因素：

房间里的照明

温度

家具的舒适度

环境的气氛

噪音程度

你所需要的工具和资源

空间的大小（是否有足够空间可以让你随意走动或者允许很多人跟你一起进行头脑风暴）

潜在的干扰

你认为可以让你产生汹涌的创意的环境会是怎么样的呢？请描述一下吧。

随着你对自己在何种环境下创造力最强的了解不断深入，你给自己创造出来的环境也会不断得到改善。一旦你创造出了激发创意和进行清晰思考的最佳环境，你就应该开始考虑一天中的哪个时段是你最适合进行头脑风暴的了。

你是一个早晨型的，下午型的还是夜猫子型的人呢？一般来说绝妙的主意都在哪个时间产生？什么时候是你最清醒头脑最清晰的？一天中的哪个时段你的精力最充沛？你当然需要通过过去的经历知道你什么时候最富有成效来让你的努力达到最大的成果。

同样我们都清楚你不可能总是在一个完美的环境下工作。例如你不得不困在一个繁忙的办公室里的一个小办公桌前工作，或者是你的最终期限就在眼前了。常常会有时候你不得不做一些妥协，但请尽量接近你的最完美环境。就算你被迫在一个繁忙的办公室工作，可以放一些能让你放松并给你带来灵感的音乐。

尽可能的利用完美的环境当然是最理想的了，特别是在你刚开始掌握头脑风暴技巧的时候。最终你会发现你创造出来进行头脑风暴的最佳环境也是你做另外事情最有效的环境。

第 5 节：避免那些让你创意枯竭的事物

就算是那些已经掌握了头脑风暴技巧或是那些被认为是最富创意最有创新精神的人也会出现创意瓶颈。举例来说作家会出现写作瓶颈。你会在接下来的第四章和第五章当中发现你在头脑风暴和进行创造性思维时出现瓶颈的时候你可以做哪些事情来解决。

当然，如果你事先把所有的事情都做好来预防创意瓶颈的出现是最好的了。在你着手准备进行头脑风暴的时候，先花一点时间把所有可能遇到的干扰列出来。

在第 30 和 31 页上有两张可能出现的干扰以及可行的解决方法的表格。你可以根据你的实际情况进行一些修改。

我们在工作场可能遇到的很多干扰跟我们在家里遇到是一样的。我所列出的只是其中的一些。你当然需要避免这些情况的出现，这样它们就不会在你进行头脑风暴或是创造性思维的时候出来干扰你。

一旦你清楚了那些潜在的干扰会阻碍你达到你所需要达到的目标之后，你就应该在你开始进行头脑风暴或是创造性思维之前采取措施来阻止这些干扰的出现。

工作场所的干扰	可行的解决方法
电话	把你的电话铃声关掉。让语音留言或是你的助手来接听电话。
闯进办公室的	把你的办公室的门关上，如果需要的话，锁上。或者你可以考虑找一个另外的地方进行头脑风暴，像是会议室。

人	
另外的工作	确保你已经计划了足够的时间来进行头脑风暴，这样就不需要同时做一些其他的工作。可以在事前尽可能的做完所有的其他工作，或者另外计划时间来完成那些工作。
你必须参加的会议	管理和组织时间的技能是至关重要的。你必须确保你计划了足够的时间来进行头脑风暴而不需要把它与你另外的工作任务相重叠。
你所需要的工具和物品缺失	事先就考虑清楚你需要哪些办公用品，头脑风暴工具和另外的一些物品。进行头脑风暴的时候准备好充足的物品。确保每个人都有足够的供给，并确定重要物质如纸，笔还有垃圾食物（用来恢复体力）的数量足够维持到头脑风暴结束。
太多的噪音	当然最好是找一个安静的环境。你也可以戴上耳塞（如果你是单独工作的话），或者可以放一些能帮助你放松的音乐。波斯公司（Bose Corporation）出售 QietComfort 对抗噪声耳机。戴上这种类似随身听的耳机不但可以缓解外界的噪音还可以让你听一些舒缓的音乐。（想要知道该产品的更多信息，请拨打 1-800-999-2673，或访问 www.bose.com/noise_reduction/qc_headset.）

家里的干扰	可行的解决方法
吵闹的孩子	把他们打发到外面或是朋友家去玩耍。你也可以请一个保姆。
喧闹的宠物	当你试图专注的时候，你家里爱狗的吠声甚至是猫在你家里跳来跳去或是在你腿上磨蹭都会让你分心。把你的宠物从你的工作间赶出去会好一些。
糟糕的工作环境	除非你建造了工作室或是家庭办公室，要在家里找一个你可以单独工作的地方是一件很难的事情。毕竟你想要避开别人还有脏碟子，脏衣服之类的东西来让你从

	手头的工作分心。在你所能找到的空间当中，尽可能的通过调整照明，温度，背景音乐和舒适程度来创造出一个最好的工作环境。

另外的干扰可行的解决方法

------- ------------------------------

------- ------------------------------

------- ------------------------------

------- ------------------------------

------- ------------------------------

------- ------------------------------

------- ------------------------------

------- ------------------------------

------- ------------------------------

------- ------------------------------

------- ------------------------------

第 **6** 节：一切从头脑风暴开始

要成为一个创造性思考者并把这些技巧运用于你的职业生活，个人生活以及财务生活方面需要一下几个阶段，包括：

确定或者弄明白自己所面对的问题，挑战和目标。

进行头脑风暴产生各式各样的创意来解决手头的情况。

分析和评价所有的创意，找出最好的（并不需要是最可行最传统的主意）。

实施你的创意。

接下来你会发现每个阶段都需要独立进行，而且还需要使用完全不同的思维方法。至于产生创造性的，创新性的想法，头脑风暴阶段就是最重要的了。你一开始最重要的事情还是清楚的了解你想要达到的目的。

头脑风暴的一个部分是要求能产生各种各样的创意——有一些是非常实际的，有一些是非常怪异让人不能接受的。有些时候，通过使用一些完全不同的方法（甚至有时候是极端的方法），可以产生非常棒的创意。有时候正是那些让人不能接受的怪异创意会最终可以发展成可以解决手头问题的绝妙创意。

第三章主要关注前面的两个阶段，也就是确认面对的问题，挑战和所要达到的目的，然后通过头脑风暴来产生各式各样解决问题的创意。头脑风暴有很多种方法，你也可以有很多种策略来达到更好的结果。在第三章和第四章当中你会看到很多这方面的练习。准备好开始你创造性思维和头脑风暴之旅了么？！

第三章 头脑风暴

头脑风暴是各行各业的人用一种相对快速有组织的方法来产生创意的一种手段。当你开始运用创造性思维来产生大量的点子之后，你就能够很好的解决一个特定的问题或是处理某些情况了。

第 **1** 节：头脑风暴 **101**

头脑风暴是各行各业的人用一种相对快速有组织的方法来产生创意的一种手段。当你开始运用创造性思维来产生大量的点子之后，你就能够很好的解决一个特定的问题或是处理某些情况了。

为什么要进行头脑风暴呢？下面列出了一些常见的目的：

为了产生创意和可行的方法来解决一个情况或是问题

在处理一个情况和问题的时候能够覆盖所有的可能性

在处理一个情况和问题的时候刺激创造力

为你自己或你的公司推广一个更加有组织的方法来解决问题

鼓励在思考的时候产生“任何事情都是可能”的想法

头脑风暴又是来自哪里呢？某个方面来说头脑风暴可以看作是来自20世纪初的心理治疗师西格蒙德·弗洛伊德（Sigmund Freud）的一种心理治疗技巧。作为治疗的一部分，弗洛伊德会让他的病人躺在躺椅上面，把出现在他们头脑当中的想法进行自由的联想。接下来他会跟病人一起分析他们的想法。

人们可以独自一人或是跟一群人一起进行头脑风暴，这个过程会受到很多个人的或职业的驱动和激励。作家，艺术家，以及音乐家都是利用头脑风暴和创造力进行创作的。商业人士用头脑风暴来想出新的方法来解决工作相关的问题。

对于头脑风暴的规则我们没有预先进行界定。每个人都有自己独特的方法。举例来说，有些人会把自己一个人关在屋子里，把灯光调暗，打开音乐，全神贯注于给手头的情况找到一个全新的创造性的解决方法。另外一些人则，正如你将会在第十一章里看到的，跳上自行车骑上50英里来让自己头脑清晰，驱除所有的干扰，从而可以从另外的角度看待事物。

参加一个头脑风暴会议可以给你提供一个为了某个特定目的而使用创造力的平台。然而，你不需要对在何时如何使用你的创造力以及产生新创意的能力进行限制。创造性思维需要成为你不断应用于生活各个方面的一项基本技能。

头脑风暴过程中你采用何种方式并不重要，只要你遵循一些基本的策略来集中精神于手头的工作就可以了。这一章里我们将探讨头脑风暴的艺术以及一些帮助你开始的策略。

第2节：总是辨识清楚你的目标，问题，机会

在你开始一个有效的头脑风暴会议之前，你必须非常清楚你为什么要进行头脑风暴，还有你所需要的结果。没有一个确定的目的，你在头脑风暴上所花的时间就不会那么富有成效。在确定你的问题，目标，机会，目的的时候，越详细越好。这就会给你一个基础的起点。举例来说，一个零售商可能需要进行头脑风暴以产生10个市场营销策略来在圣诞期间增加产品的销售量。

为了达到这个目的，你在事先需要考虑的事情包括：以前已经做过和没有做过的事情有哪些，你的目标顾客群是谁，你可能存在的预算限制有多少，还有你试图通过你的营销努力传达给大众的形象是什么。

当你怀着产生新的营销策略的目的着手进行头脑风暴会议的时候，你可以试试下面的一些主意（顺序随机）：

1.邀请圣诞老人到店里造访。

2.提供有丰厚奖品的抽奖活动

3.进行一个圣诞前打折销售

4.除了进行报纸广告之外还同时发布电台广告

6.报纸广告可以做的更大一些，或者做成彩色的

8.圣诞前的几周里延长营业时间

9.进行“买二送一”大促销

10.在目录里增加一个最新货品栏

11.进行花车促销来销售旧的一些产品

12.邀请名13. 人来店里造访

一个生产公司可能需要开发新产品。这种情况下，你需要问自己：

需要的新产品是何种类型的，或者该产品应该属于哪一类

哪些功能或是特点是非常重要的

目标顾客是谁

你希望这个新产品能解决购买者的什么问题

你试图满足哪些需求

你试图进入哪个市场

当你把头脑风暴看作解决问题的一个工具的时候，就有很多种方法来看待或是辨识一个问题。当我们利用创造性思维和头脑风暴的时候，一个问题就不是一定是需要来解决的，它可以代表：

一个急待满足的需要（像是新产品和新服务的创意）

一个急待利用的机会（例如把已有产品打入一个新的市场并创造出需求）

一个急待改善的事物（可以是你们公司的假期营销方式）

一个克服困难的方法（像是为了打败竞争对手而采取的新的营销策略）

如果你是一位艺术家，你的目的应该是创作出基于某个主题或者概念的新作品。如果你是一个作家，你就需要头脑风暴产生新小说的情节或是诗歌的主题。你为什么需要进行头脑风暴的可能是无限的。

第 3 节：头脑风暴之前的问卷调查

每次开始头脑风暴之前，问问自己下面的那些问题，虽然某些答案是非常明显的。

你最重要的目的或是目标是什么？

____

____

____

你所要解决的问题是什么？（记住问题并不是一定是需要来解决的。）

____

____

你想要的结果是什么？

____

____

为了达到这个目的你所采用的头脑风暴过程是什么？将使用那些创造性活动和练习？需要用到哪些工具？

____

____

你要邀请哪些人来参加头脑风暴会议？每个人具有哪些独特的技巧，经验和知识？为什么邀请他们参加会议？

____

____

一旦你确定了你需要通过头脑风暴解决的问题之后，为你自己或你的团队创造一个完美的头脑风暴环境。

描述头脑风暴会议举行的理想场所和环境。你是会用某个人的办公室，会议室还是另外的场所？环境的如何？需要提供食物和饮料么？

____

____

____

第4节：开始头脑风暴

头脑风暴如此有成效的原因就在于它鼓励参与者提出各种各样的创意和想法，而不对产生的创意和想法进行任何限制——
像是基于成本，实用性，精确度，或原创性的限制。任何头脑风暴会议的目的都是为了控制一个人的分析性思考而让你的右脑暂时控制你的思想，这样你的头脑能够更多的进行创造性的思维而不是逻辑性的思维了。

头脑风暴并不仅仅只是产生一般的想法的——它是用来产生全新的，创造性的，革新性的创意的。我们可以通过一系列的
活动和练习来促使你的大脑开始一些它平时很少进行的思维方法。

当你决定了头脑风暴会议所需要达成的目的之后，就应该考虑使用哪个方法来达到你的目的了。在第四章里，你会看到一些设计来训练创造性和独创性思维的头脑风暴活动和练习。你可以采用其中的一两个（如果需要可以更多），你会发现这些练习非常的有用。

另外，你还需要决定你计划要用到的另外的头脑风暴工具，看看它们是否已经齐备。至少需要确保每个参加头脑风暴会议的人都有纸跟笔可以写下他们的想法，主意，概念等等。一旦你开始着手进行头脑风暴，创意会以非常快的速度出现，所以你要确保有人随时把所有的创意一一记下。当然如果你是一个人在进行头脑风暴，你就需要自己记录了。

除了目标，合适的环境，还有合适的头脑风暴工具，这些事情都解决了之后，在正式开始头脑风暴之前你还需要为头脑风暴会议设立某种形式的最后期限或者说是参数。

因为大多数人在有很紧的时间限制或是压力很大的情况下并不能很好的发挥，所以时间限制对头脑风暴会议来说并不是特别合适。所以，你如果把你的参数设置为要在三小时的头脑风暴会议里产生新产品的绝妙创意的话，这并不是最好的方法。

如果你把时间因素排除在外，而用目标式参数，像是不管花多少时间（当然要合理）都要想出10个关于新产品的创意。如果有一个最后期限的话，你可能会出现头脑呆滞的情况。时间限制常常会给人带来压力，特别是当你知道你还需要2到3个创意来达到你的10个创意的目标，而时钟却在飞快地走的时候。在为头脑风暴会议设立最后期限或是参数的时候，我们还是需要根据自己个人（工作相关）的实际情况来设定。

不要忘记，所有头脑风暴会议的最终目的都是为了产生创意，而不是评价它们，实施它们。这些是后面的事情了。目前来说，你所要做得只是把你所有的精力都集中于你所要解决的问题或者处理的情况，想出创意来。

一旦头脑风暴过程开始了，你需要考虑一下手头的主题。一开始迫使自己至少想出一些匪夷所思的想法来。那些就算是只有一点点实际的想法都完全不要去考虑。这会帮助你打开思路，抛弃所有的壁垒。

接下来，从尽可能多的不同角度看待手头的问题，运用你所有的感觉——视觉，听觉，味觉和触觉。运用所有能激发你创
意的刺激物，并写下所有的点子。你可以在一开始的时候问自己一些问题，从最基本的开始（谁，什么，哪里，什么时候，为什么以及如何的问题）。

头脑风暴一旦运转起来，你会发现你的创意像滚雪球一样源源不断。因为你的大脑会自动开始形成联系并进行联想。有一些很好的创意都可能是基于你那些匪夷所思的怪异想法而发展出来的。

你需要在头脑风暴会议时进行创造性思维。这也就意味着你可以独创性地把全新的创意和已有的创意相结合。头脑风暴会议应该是一个让你能进行创造性思维而非分析性思维的平台。

你还需要让头脑风暴会议一直持续下去直到达成你的目的或者到了最后期限。例如，如果你的目标是10个新创意，只有 3，4个真正好的创意出来的时候千万不要放弃。继续保持专注避免受到干扰。下一个部分我们会集中讨论一个人单独进行头脑风暴的策略。这一章后面部分，我们将提及一些团队头脑风暴的概念。

第5节：只有你和你的创意

单独一个人进行头脑风暴既有它的好处也有坏处。其中最大的一个好处就是你在产生创意的时候不需要担心别人如何评价你。你可以自由自在无边无际地运用第四章里提到的头脑风暴的技巧产生创意。它的另外一个优点就是你可以根据自己个人的需要创造出最理想的环境而不需考虑别人的需求。譬如说，如果你需要背景音乐，你就可以完全凭自己的喜好选择音乐的类型和音量。

单独进行头脑风暴的另外一个好处就你可以设立自己的计划而不需要根据别人这一整天的工作计划而作妥协。你可以在上下班的路上，洗澡的时候，舒服地呆在家里的床上，你自己的办公室里（关上门），午餐时，甚至是一个人静静坐在公园里的时候进行头脑风暴。

单独进行头脑风暴的不足之处当然是你只能凭一己之力来产生创意了。你没有别人的创意可以借鉴。同时你还只能自己创造灵感。在团队的情况下，你可能会发现别人的话或别人表达的想法会让你从另外一个角度看待问题，从而产生一个新的创意。缺少了跟别人的互动，你最终想出的创意只是来自你本身的经验和知识，或者是你本身对你需要进行头脑风暴问题的想法和先入为主的观念。

就算是艺术家，音乐家或者是作家有时候也需要跟合作者一起工作从而让他们的作品当中有一些新鲜的东西。至于在商业的情况下，你随时都可以一个人进行头脑风暴然后把自己的创意和想法与那些考虑同样问题的人的想法进行比较。在之后的比较中（到了分析所有的创意挑选出最好方案的阶段），你可以跟别人讨论，可能讨论过程中你可以通过把很多人的创意进行结合而产生全新的创意。

第6节：团队头脑风暴

当你召集一个团队进行头脑风暴的时候你必须记住团队和一群人是有很大的区别的。如果参与的人过多，团队成员之间的互动和跟进就会变得很困难甚至会形成一片混乱。所以团队的大小要合适，一般以2－10人为宜。

在团队的情况下，头脑风暴的主要作用就是收集创意。然而因为每个人的创意都是建立在自己的经验，对未来的预见，以及各自的观点的基础上的。因此，如果某一个人提出了一个很好的创意，可能另外两个就可以找到一个方法对这个创意进行改进或是发展。

经验证明要让团队里的每个人准备好一起努力，开始一个头脑风暴会议的最有效方法就是让团队当中的每个人都参与某种类型的创意十足并非常有趣的练习或活动，从而可以打破沉默，让他们的大脑准备好开始产生创造性的点子。

举例来说，你可以给每个人3分钟的时间让他们想出最最惊世骇俗的或是最最有趣的点子，当然这些点子是跟手头要解决的情况相关的。然后他们可以把自己的点子告诉第二个人，那个人可以有2分钟或更少的时间来改进，让这个点子变得更加怪异，但还是跟手头的情况在某些方面相关。

要让一个团队头脑风暴会议顺利进行，团队中的每个人都必须能够自由的发表自己的观点。如果有人觉得害怕或是受到威胁，就会妨碍整个过程。

另外，团队里面应该有个人作为缓和剂或是推动者。主持头脑风暴会议的那个人并不一定需要是经理或是主管级人物。他可以是大家的同侪或者是外面请来的头脑风暴协调员——他的工作就是作为一个咨询者来主持头脑风暴会议而不真正参与提出创意。这个团队领袖或者是推动者有如下一些责任：

事先创造好头脑风暴环境（准备好房间，给每个人提供合适的工具如纸，笔等）。

确定每个人都明白了头脑风暴会议的目的，并且已经知道必要的关于要解决的问题的背景知识。

让每个人都专注于手头的问题。

记录下每一个创意。

在会议当中把所有想出的创意通报给每个人以便他们能够在此基础上有所发展和改进。

确保没有一个人太快地遭到拒绝或者分析一个创意（在头脑风暴阶段）。

激励每一个参与者。

确保每个人的发言都受到了聆听，让每个人都感觉到被欣赏被感激，并且每个人都有机会在一个非审判的氛围下参与会议。

给那些想出最好创意的人以奖励（口头表扬或是另外的激励），要表现出主动或者是最大的激情。

告诉全组的人，任何创意不管它多怪异都是受欢迎的。

保持秩序。确保不是所有人在一起大吼。

第7节：头脑风暴的12条规则

无论你是一个人还是在一个团队中进行头脑风暴，下面的12条规则会帮助你成功。

1.确定你的目的，弄清楚你的问题。只有当你真正理解了你为什么要进行头脑风暴还有通过头脑风暴想要达到一个什么样的目的，才有可能产生创意。如果有人并没有全面的了解问题所在，要想出一个解决之道的挑战就更大了。

2.设立一些规则，并坚持下去。例如，一旦你决定在头脑风暴阶段不去评定任何一个创意，你就得注意不要掉入惯常思维陷阱开始对新创意做出评价：“嗯，我认为这个主意是不可行的，因为……”或者“这个主意完全不现实，因为……”

3.设立目标或者限制。对头脑风暴会议设立的限制可以是关于这个会议要持续多久或是要想出多少个创意。千万不要在创意
过程中出现了最初的一两个瓶颈就放弃了。如果出现场面沉寂的情况，可以用一点刺激或者是头脑风暴技巧（这会在第四章当中阐述）从而让头脑风暴重新启动。一旦开始头脑风暴会议，在达到目的之前绝对不要放弃或者分心。如果你想要得到10个新创意，不要得到了一两个好的创意后就放弃。

4.没有任何一个创意是愚蠢的。勇敢一点！这是头脑风暴的金科玉律之一。你可能会想出一个完全不现实的怪异的点子，但
是如果你想想这个怪异点子的积极的方面，你会发现你的思路到了一个前所未有的开阔境地。

5.不要过于匆忙。产生新创意并不是一场比赛。你不能给自己限定说要在30分钟或是1小时内想出一个绝妙的创意来。
一旦头脑风暴过程开始了，就让让你的创意自由流动。然后在原有创意的基础上不断改进，直到你有了足够的创意而且相信可以从里面选出最合适的一个创意。而且那一个创意能对手头的问题提供一个完美的解决方案，实施它就能达到你所期望的目的。

6.不要过早的给你的创意下结论。正如你早前所知，头脑风暴会议是为了产生新创意而不是分析那些创意的。把分析留到以后吧。

7.要有激情。人们只有在积极的思想状态下才能富有创意。团队领袖的作用就是让团队成员们对手头的问题主动，乐观，积
极以及专注。

8.在别人创意的基础上加以改进。全新的独创的创意是非常好的，但是有些时候对手头问题的最好解决方法仅仅只是需要对原有创意的改进。在头脑风暴的时候你不需要担心你太过独创性或者缺少独创性，你只需要专注于产生创意即可。

9.头脑风暴的时候创意的数量也是很重要的。从10个20个30个甚至更多的创意当中挑选出一个好创意来总是比从很少的几个创意当中挑选来得容易。就算你想出来的创意当中99％的都被证明是不可行的，但产生创意的过程至少让你的头脑朝不同的方向运转而且强迫你从不同的角度考虑事情。

10.不要害怕。如果你害怕拒绝和失败，你就会有更大的可能遭遇拒绝和失败。在头脑风暴阶段，你要明白所有的创意都是重要的有价值的。如果你相信你自己能为团队做出很大的贡献而且你根本不担心别人对的创意有什么评价，你就有更大的可能想出绝妙的，富有创意的点子。

11.从不同的视角看待事物。使用所有必要的工具包括你自己的5种感觉，从不同的角度看待问题。你的教育，经历，和
背景知识也可以利用起来。有时候你的头脑会自动做一些奇怪的联想，从而想出让人不可思议的创意。

12.当事情有点困难的时候，可以使用头脑风暴练习或是刺激物来帮助进行创造性思维。头脑风暴常常是一件很困难的事情。你的头脑有时候会很难想出你需要的创意。在这些情况下，不要放弃！相反的，你应该通过使用一些第四章里会介绍的练习，活动或是刺激起动头脑风暴过程。例如你可以把手头的问题和随机的一个单词建立联系。这常常能帮助你产生新点子。

还有很多事情需要做

头脑风暴会是一个又有趣又有收获的过程，但同时它也可能会是一个充满挫折，费时费力的挑战。这都取决于你所需要解决的
问题和你允许自己使用多少创造力。正如你早前了解的，想出一些创意只是成功的第一步。

当你想出了一些创意之后，你需要退一步回过头来用分析的眼光来重新对它们进行评估。当然只有头脑风暴过程完全结束了，你才可以对你的创意用是否可行或是有没有价值之类的标准进行评价。第六章里我主要介绍分析创意的各种方法。

为了达到你期待的巨大成效，在挑选出了解决手头问题最好的创意之后，你就需要去实施它们。第七章将会介绍实施创意的一些策略。接下来的一章里你会学习一些提高你的创造力，帮助你进行头脑风暴的一些练习。

第四章 创造性思维和头脑风暴续习
你正在学习一项新技能，学习当然不能缺少练习。在你发现了创造性思维和头脑风暴是如何进行的之后，你就可以把这些技
巧随心所欲地应用于生活的各个方面。要达到这个程度，你需要在头脑里不断练习那些创造性元素，并强迫自己进行创造性思维而不是进行分析性的思维。

第1节：创造性思维和头脑风暴练习

创造性思维和头脑风暴练习

你正在学习一项新技能，学习当然不能缺少练习。在你发现了创造性思维和头脑风暴是如何进行的之后，你就可以把这些技巧随心所欲地应用于生活的各个方面。要达到这个程度，你需要在头脑里不断练习那些创造性元素，并强迫自己进行创造性思维而不是进行分析性的思维。

这一章分为好几个部分。第一部分主要介绍一些你可以在日常生活中进行的练习和活动来锻炼你的创造性思维技巧。记住，要变得有创意的一个很重要的方面就是要让自己对周围的世界保持开放的状态，吸收新的信息，并从不同的角度看待每一件事情。作为一个长期的策略，你需要让自己多去经历一些不同的事情。第一部分里的一些练习就是给你一些小机会。

这一章的后面部分，我们会介绍一些能帮助你，让你能够更加有创意地进行思考并让你成功参与团队头脑风暴会议。这样你就可以针对已经确定并需要着手解决的问题想出许多的解决方法来。不要忘记这里的“问题”有着更为广阔的意味，包括确定机遇，目标，或者任何需要改进和解决的事物。

成为一个创造性思考者所需做的日常事情

你的生活工作很有可能是非常繁忙的，特别是如果你需要处理好你的个人生活（家庭）和你的职业生活（工作）之间的关系。学会成为一个富有创意的思考者能够帮助你用不同的方法解决你所遇到的挑战。这样你可以找到更好的解决方法并提高你自己的生活质量。

当你在学习利用你的创造性思维能力的时候，练习是必不可少的。创造性思维能力跟其他的技能像是弹奏某种乐器之类的都是一样的。除非你不断努力练习完善自己的技能，否则你是不会有所提高的。

接下来的部分里包括一些你每天在工作中间休息时间，开车的时候，在家休息的时候都能做的又简单又有趣的活动。其中的很多活动你都可以独自一个人进行，你也可以邀请别人一起来参加。这些活动的最终目的都是丰富你每天的生活，帮助你从另外的角度看待事物，以及练习进行创造性的思维。

训练你的大脑，让它变得更加富有创意

下面提到的一些练习并没有什么特定的次序，所以你可以随便选择那些你认为最舒服的开始，并把它们应用于你的生活。你所经历的新事物能帮助激发你的创造力并帮助你产生全新的更好的创意。你读完这个部分之后，就可以马上开始练习了！选择下面提到的任何一个练习，开始你的尝试吧。

看你平时不看的报纸和杂志

如果你是本地报纸的忠实读者，你可以试着花几天看一些有不同关注点和视角的报纸像是《今日美国》或是《华尔街日报》。后到报亭买3到4本你平时不怎么看的杂志，把它们从头到尾看完。杂志所关注的话题非常的广泛，可以是一些非常重要的议题也会是一些无关紧要的小事情。每个月做一次这个练习。

要把这个练习提升到一个更好的层次，并让它更加有效你可以看你平时因为对它所讨论的话题不关心或是完全不了解而绝对不会去看的杂志。根据你的兴趣爱好，你可以选择时尚，手工，旅行，健康，电脑，运动或是健身杂志。在你阅读的时候，努力把自己当作该杂志的目标读者并从他们的角度看待问题。

在你阅读杂志的时候，看看你是否可以采用杂志里面描写的那些创意并应用它们来解决你所遇到的情况。举例来说，如果某期《商业周刊》介绍了一个公司解决了他所在行业的一个问题，看看你是否可以用同样的逻辑来解决你自己的问题。

第2节：至少每周看一次不同类型的电视节目

至少每周看一次不同类型的电视节目

有些人特别喜欢看情景喜剧，电视电影，电影，综艺节目，新闻节目，或者是肥皂剧。但至少每周找一次机会看一看你平时不感兴趣的电视节目，并坚持看完它。

你可以通过收看一些新闻节目或是看一些有线新闻频道像是CNN，福克斯新闻台或是MSNBC还有新闻访谈节目像是20/20，NBC日界线，和60分钟等节目来增加对时事的了解。

就算纯粹只是为了娱乐的目的，每周也至少看一次别的类型的电视节目像是情景喜剧，综艺节目来平衡一下你的收视习惯。当然这个活动的目的还是为了扩大你的视野接触另外的思考方式，观点以及不同的创意。

去不同的地方度假

不管你是在计划一个周末大逃亡还是一个两周的旅行，挑一个你从来没有去过的地方，然后好好的探索这个地方，跟不同的人接触，尝试新活动并试着尽可能多的了解这个新地方。你的目的地可以是本州的另一角，或是横穿整个国家，也可以是世界的某个角落。我知道有一些人习惯于每个假期都去同一个地方度假。虽然这会让你有熟悉感和舒适感但并不能给你带来新的体验。

只要你充分利用网络上的打折旅游套票和飞机票，你就会发现只要用去佛罗里达的钱就可以去一趟欧洲了。具体信息你可以访问一些关于旅行的网站像是Hotwire.com，Priceline.com，Orbitz.com，还有 Travelocity.com。记住仔细搜索那些可以给带给你全新文化和生活方式的目的地。

第3节：每天上下班选择一条不同的路线

每天上下班选择一条不同的路线

如果你每天上下班可以有不同的路线可供选择，那就要好好利用它们。尽可能的让你的生活富有变化。当你走一条完全不同的路线去工作的时候，注意观赏一下周围的环境和风景。

每天在不同的餐馆吃午餐

不要每天都去对你来说方便的那一家餐馆解决你的午饭，也不要每天都点一样的菜。经常尝试一些新的餐馆和新的菜式。就算只是通过尝试新的菜式，稍稍改变你的饮食也能给你的创造性思维提供一些新的激励。

如果你喜欢吃一些不是那么健康的食物，试着改善你的饮食习惯。这也能让你处于一个愉快和健康的精神状态。举例来说，如果你能减掉几磅的体重你就会对自己更加满意（关于自己的外貌方面），那你的整体自信度就会有极大的提升。这种自信和对自己的骄傲之情会影响到你，让你的思路更加清晰并能够产生更富创意的点子。这也同样会增强你的自尊，并帮助减少对参加头脑风暴会议的恐惧。要知道这种恐惧是很多人都会有的，与生俱来的，要改变时有一点困难的。

第4节：参加成人教育和提高班

参加成人教育和提高班

如果你住在城市里面或者住的离城市很近，你所在的地方很有可能有成人教育课程或是社区大学。你可以报名去参加晚上或是周末的课程。你参加的课程可以是提升你的职业能力的，当然你同样也可以去参加那些创意写作，油画，绘画，插花，园艺或是手工方面的课程。你会发现很多课程都是能够帮助你发展你的潜在的兴趣和技能的。当然最好的一点是，成人教育课程通常都不贵而且所需的时间不多。不管你所学的是否跟你的职业直接相关，你的目的是增加经验，学习新事物，所以一定要坚持到底。

提问

学习新事物的最好的一个方法就是提问。在你的个人或是职业生活中，只要跟别人谈话，就算只是你在商店里遇到的店员，都要记得提问。不管你跟人在谈论的话题是什么都记住随时扩充自己的知识。如果你不知道要问些什么，你可以从这些最基本的— — 谁，什么，哪里，什么时候，为什么还有如何——开始，然后从这里发展开去。如果他们没有给你的问题提供你想要的答案，重新组织你的问题再问一次，或者给他们更大的回答的余地。

从不同的角度看待日常事物

不管你在从事什么活动，经常尝试着从一个不同的视角看待这项经历。举例来说，你可以想想坐在你隔壁的那个人在想些什么，他/她的感觉是什么。他/她在做跟你一样的事情的时候，他/她的脑子里在想些什么。

如果你在欣赏一幅艺术作品或是摄影作品，考虑一下当艺术家或是摄影家在创作这个作品的时候，他们在想什么。

如果你是在跟某人在辩论或是争吵，你其实可以花些时间考虑一下对方的想法和观点而不仅仅通过自己惯常的思路来看待这个问题。这有助于帮助你解决问题。

当你看电视新闻的时候，间或你可以看看另外的频道，从而可以针对同一件时事得到不同的观点和视角。每天都有很多机会让你可以从不同的角度来看待日常的活动和事件。

第5节：听听音乐做做白日梦

听听音乐做做白日梦

去音像店，找五张你喜欢的或是你从来没有听说过的音乐家的唱片。然后找一个你可以放松，不被打扰的地方，听听音乐啥都不做只是做白日梦放松个15，30，45或者60分钟。努力每天都这样放松一下。如果不可能做到每天那至少每周这样做一次。

当你在白日梦的时候，让你的思想自由飞翔。这并不是一个需要你想出特定创意的头脑风暴过程。相反，你可以想想你的这一天，你的生活或是某个事件，某个人或者是你计划要进行的某项创造性的项目。让音乐来引领你的思想。

在你从事这项活动的时候，经常的混合你的音乐。把你最喜欢的音乐和不同种类的音乐混合在一起。选择一些表达不同感情的音乐。在你做白日梦的时候，舒缓的轻音乐会带给你某种精神状态而最近流行的流行音乐和乡村音乐则会给你带来另外一种完全不同的精神状态。

给你的创造力找个出口

在你的工作以外，找一些能表达你的创意而你又真正喜欢的事情。这些可能是：创意写作，绘画，油画，陶艺，园艺，室内装饰，演奏乐器，缝纫，编织，或者是摄影。如果你找到了你真正喜欢而且能表达你的创意的事情（就算你选择不跟别人分享你的作品），记得在你的周计划当中留出时间来从事这些活动。

第6节：对你碰到的问题问如果……会怎么样？

每天都用“如果……会怎么样？”的问题来挑战你的头脑。游戏规则非常简单。找一个普通的物体，活动或是任何事情，然后问你自己“如果……会怎么样？”例如，如果你正在看一条狗，想象一下如果这条狗的鼻子更长（“如果这条狗有一个12 英寸长的鼻子会怎么样呢？”），有五条腿（“如果这条狗有五条腿会怎么样呢？”），会说英语（如果这条狗会说英语会怎么样

呢？它会说些什么呢？”）的话会怎么样呢？你的这个“如果……会怎么样呢”游戏能演变成什么。事情会变得怎么样？如何改进？

这里还有一些“如果……会怎么样呢”的问题帮助你开始这个练习。记住你可以也应该把这个练习应用于几乎所有的事情上面。考虑一下这些问题会有什么衍生情况。

如果我只穿泳裤或是比基尼去上班会怎么样？

如果我不能开车只能走路去上班会怎么样？

如果雨滴有咖啡的味道会怎么样？

如果世界上所有的人都和平相处会怎么样？

如果再也没有疾病了会怎么样？

如果汽车用水做燃料而不是汽油会怎么样？

如果我在大学是学营销而不是会计的会怎么样？

如果我的西班牙语能说得跟英语一样流利会怎么样？

如果我参加一个婚介活动并遇到我的灵魂伴侣会怎么样？

如果我戒烟并每周锻炼几个小时会怎么样？

如果天空是绿色的而草是蓝色的会怎么样？

如果我不是跟现在的伴侣而是跟高中的甜心结婚会怎么样？

如果我是一个百万富翁会怎么样？

如果我是一个无家可归的穷光蛋会怎么样？

如果我把头发染成紫色会怎么样？

第7节：创造性思维练习

改变风景

有些时候我们仅仅需要通过改变风景而得到灵感。如果你住在城市里，找一天去乡下看看。享受一下大自然——树木，清
新的空气，湖泊，山间小路，以及各式各样的野生动物。如果你住在乡下，则可以计划一个城市的一日之旅。到处走走看看，购物，感受一下人潮，看场电影，歌剧或是芭蕾。每个月找一天改变一下风景可以给你一个全新的视角，改变你的情绪和精神状态。

创造性思维练习

你刚刚读到的练习和活动都是设计来帮助你开阔视野，并给你一些新的灵感体验从而你可以在以后头脑风暴的过程中进行利用。这一个部分提到的练习则强迫你在一个很大范围的情况下创造性的进行思考。在进行这些活动的时候，我们的目的就是要让你有意识地使用你的创造力。

下面提到的练习并没有什么特定的次序，所以你可以随便选择那些你认为最舒服的开始，马上开始吧。最好的方法就是把几个
练习混合起来放进你的计划当中。

把每个练习都看作是练习使用你的创造力的一个过程。就算大多数的练习对你的工作没有什么好处，它们也是能够加强你的创
造性思维能力，而且是非常有趣的。

创建私人日记

到随便哪家书店找一本封面或是里面的纸张让你充满灵感的空白日记本。记得每天都要记日记，并把那天发生的事情都记录下来。写写你的日常活动，想法，渴望，梦想或者是任何你想要记下来的东西。把这个当作是一个创意写作练习。同时这个练习还能帮助你更好地了解自己。

创建一个相册

如果你跟大多数人一样有一抽屉或是一盒子的照片杂乱的堆在一起而不是整齐地放进一个相册里的话，创建一个私人的相册就是一个很好的创意练习了。要知道这是一项非常具有创意的活动。首先你可以去文具店或是礼品店买基本的相册工具。或者你可以去照相店直接买相册，当然要选择那些可以带给你灵感的。现在你就要开始使用你的创造力了，我们先从小相册开始。选10到 20张关于一件有着开心回忆的事件的照片，把它们按一定的顺序放入相册里，让它们复述那个快乐的故事。你可以随心所欲的加上标题或是任何的创造性元素，让这个相册变的更加动人。

抬头看看云朵

看着云朵的形状，用你的头脑创造出一些图案，然后在你的脑子里把你看到的图案串在一起编成一个小故事。

搭积木

到附近的玩具店给自己买一套积木。用这些积木搭城堡，飞机或者是你想到的任何东西。尽量不要按照它的说明去搭。你可以把所有的积木堆在一起，看看凭自己的想象能搭出什么样的东西来。积木同时也可以用来做艺术创作。最简单的就是做一幅镶嵌图画。根据Lego网站的介绍“镶嵌图画是一种非常经典的艺术形式，自很早以前开始就一直装点着宫殿，庙宇，和家庭。镶嵌图画是把很小的一片一片的图案拼成一幅完整的图案的。每一小片都只是一种颜色一种形状的，把它们创造性地拼在一起就可以组成一幅美丽的图画。”要想知道更多的信息，你可以去访问Lego的网站：www.lego.com/mosaic 。

园艺

当你开始着手打理你的花园的时候，选择各类颜色的花。然后设计一个你认为花全都开放了之后会非常漂亮的花园。种完所有
的花之后，你可以加一些装饰物让你的花园更具你的个人特色。

填色

如果你不习惯自己画画，你可以去买一本填色册，用蜡笔给里面的图画添上颜色。回到童年时光享受这个练习并不是什么不好意思的事情。你可以通过用蜡笔填色而练习是用你的创造力。想要下载免费的填色图案，你可以访问Nicklodeon的网站，地址是：www.nickjr.com/grownups/home/printables/blue/index.jhtml 。

第8节：重新装饰一个房间

重新装饰一个房间

给自己一个预算（不需要太大）用那笔钱重新装饰你的一个房间。把家具重新摆放一下，换换窗帘，放一些新的装饰品，重新
粉刷一下墙壁。用你的创意让这个房间具有你的独特的个人色彩。

读一本儿童读物

不管你是一个人还是跟孩子在一起，大声地阅读一本故事书，给每个角色都配上有趣的声音。表演出来而不仅仅是读。

用粘土，橡皮泥或是油灰捏一些东西

用手把这些材料捏成基本的形状，然后用这些基本的形状做成一些物体。

写诗

选择一个主题，可以是任何主题，然后写一首关于这个主题的诗。如果你认为自己还不够有创意，不能独立的写一首诗，你可以使用“磁性诗歌套装”。该套装是由一系列的磁性小片组成，每个小片上面有一个词。套装里有220到400个词。你可以移动磁性小片来组成短语，句子，甚至是完整的诗歌。有些“磁性诗歌套装”是按照主题来设置的。然而对于初学者来说，最初的那个版本是最好的。你可以访问“磁性诗歌”的网站而免费得到一些套装。地址是： www.magneticpoetry.com 。然后点击“线上使用”的按钮。这是一个简单但又非常具有创意的活动。据公司创立者大卫卡佩尔说，有职业歌曲作者使用“磁性诗歌”来激发写作歌词的灵感。可以通过把看起来毫不相关的单词连在一起而组成一个有意义的句子。卡佩尔解释说：“我们这个产品的原理就是大脑解释我们看到成百个随机的单词摆在面前所产生的混乱，并试图通过把单词练成词组，句子，和段落来建立秩序。从混乱当中找出秩序是一种本能并且是人脑非常擅长的事情。移动磁性小片会让头脑产生各式各样的联系和联想从而激发创意。如果你想要写一首情歌或是情诗，你可以选择浪漫主题的磁性诗歌单词，把它们随意连成句子。”

玩需要创意的电脑游戏

有些电脑游戏完全不需动脑子，仅仅是一项娱乐，你只要无休止的射击或是按鼠标即可。另外的一些游戏则需要策略和创意。它们需要你运用你的创造性思维能力建立或是管理一个王国，城市，动物园或是主题公园。那些需要创造性思维能力的提供给成人及青少年的电脑游戏有下面一些：

虚拟城市4（Maxis-EA游戏公司，www.simcity.com ）。

虚拟人生和虚拟人生在线（EA游戏，）。

帝国时代2（微软游戏，www.AgeOfEmpires.com ）。

过山车大亨2（Infogrames，www.rollercoastertycoon.com ）。

世纪争霸（Sierra，www.EmpireEarth.com ）。

动物园大亨（微软游戏，www.zootycoon.com ）。

这些游戏都是关于建造，创造和管理的，而不是关于输赢的游戏，所以这些游戏可以无限的玩下去。你可以在模拟的世界里掌控拥有你所创造出来的东西。

第9节：下棋或是另外的策略类游戏

玩需要策略需要创意的游戏并不一定需要电脑。象棋，跳棋，双陆棋，拼字游戏和大富翁都是可以提高你创造性思维能力的游戏。

涂鸦

随手拿起一张纸和一支笔就开始涂鸦吧。你可以画任何东西。涂鸦并不需要任何艺术细胞。你可以画一些简单形状，图形，人物，或是物体。在你随笔涂鸦的时候，在脑子里给你画的东西编一个故事。可以从简单的形状开始，像是一个圆圈或是一个方形，然后不断的加一些细节进去把它变成一个东西，像是脸呀，手臂呀，腿呀之类的。

为常见的物品想出不同的用法

在第一章里，你已经做过拿一个普通的回形针想出除了固定几页纸之外的五种不同的用法的练习了。选择另外的物品，做同样的练习。每天用不同的物体做几次这个练习，你可以选用钢笔，硬币，石头，图钉，橡皮圈，电脑线之类的东西。

认识不同的人并就一个不寻常的话题开始谈话

认识不同的人不但可以给你提供一个全新的体验，它可能还能扩大你的视野。通过选择讨论一个不同寻常的话题，为了能够坚持讨论，你的头脑被迫变得富有创造力。

建立一个个人主页

就算你不会电脑编程，你还是可以通过使用一些免费的服务来建立你自己的个人主页。你可以设计一个网页告诉访客关于你的一切，你的城市，你最喜欢做的事情，或者是任何对你来说非常重要的事情。自己写一些文字，然后跟照片或是另外的图片配合起来。尽可能的利用格式，尺寸，颜色。不需要任何编程，你也可以免费设立你的个人主页（当然电脑需要连上互联网）通过访问某些网站像是雅虎同城（www.Geocities.com ）。你可以用美国在线的搜索，键入关键词“我的个人主页”来建立一个基于大范围主题的个人主页。

自由烤制糕点

随手拿一本烹饪书给自己做点东西。烤好一个大蛋糕，或是小的纸托蛋糕，抑或是饼干之后，动用你的创意可以用一些糖霜或是粉末之类的东西给它们作一些点缀。

创作一个图片故事

买一个一次性的照相机或者给你的相机买上一卷胶卷。选择一个主题，然后就走出家门围绕你的主题，创意或是概念拍一些照片。举例来说你可以创作一组图片故事介绍你的家，你的城市，或者是附近的动物园，某个人或是任何事物。给自己限定在12 张照片之内讲述完成一个故事。人们常说一张照片胜过千言万语。12张照片足够让你讲上一个完整的故事或是传达一个有趣的信息了。

在句子当中使用少见的单词

翻开一本词典，随便找一个你不熟悉的单词。知道该词的定义之后，用这个单词写5个或10个不同的句子。你需要强迫
你自己写一些严肃的，幽默的，表达感情的，或是阐述一个要点的句子。

第10节：启动你的头脑风暴进程

创造性思维并不是人们能够随心所欲控制的。因此，当你（或是一群人）参加一个头脑风暴会议——当然会议的目的是想出解决某个特定问题的方法——的时候，我们需要用一些活动来启动创意过程。特别是需要想出全新的创造性的点子的时候，人们是需要灵感的。

下面提到的一些活动能帮助人们在开始头脑风暴会议的时候，或是在因为某种原因，头脑风暴会议陷入僵局的时候让创造力活
跃起来的。跟别的事物一样，使用这些技巧需要头脑风暴团队里面每个人的参与和合作，你还需要有恒心，坚持专注于手头的工作。

灵感刺激物

照片，物体，玩具，或是另外的东西都可以作为灵感刺激物。用手头的任何东西，象是照片或是某物件，开始随意地把它跟你
要解决的问题联系起来。从你手头的照片或是物件当中抽象出一个概念或是一个创意，然后试着用这个想法来激发出解决你手头问题的可能的方法。一开始努力想出一些最怪异，最惊世骇俗的想法，不管脑子里出现什么样的想法，都在此基础上进行联想，得出一个创意。

随机的单词

跟刺激物一样，随机的单词也可以刺激你的灵感。随机挑选几个单词，然后把它们跟你正在思考的概念联系起来。用这些随机的单词把那些看起来毫无关系的概念，想法关联起来。这个策略的意义就在于强迫你自己从不同的角度处理你在思考的问题。你可以在www.brainstrorming.co.uk/onlinetools/websoftware.html 上面找到免费的随机单词练习。

冥想/想象

这个练习要求你安静地坐在一个舒适的环境当中，闭上眼睛，让自己完全的放松下来，然后专住于你手头的问题。让你的思想自由活动。在头脑里练习“如果……会怎么样？”的游戏（见??页）。这个练习的关键是集中注意力，但不是用一种分析的方式思考。你会发现在头脑中想象各种各样的场景有助于让你变得更加有创意，并从不同的角度看待问题。

提问

从一些最基本的开始（谁，什么，哪里，什么时候，为什么，以及如何）然后开始问一些跟你正在思考的情况相关的问题。把提问跟“如果……会怎么样？”的游戏结合起来，加一点幽默以及奇思妙想进去（不同寻常的思维），你就能马上开始产生创意了。

第11节：头脑映射

头脑映射

这个头脑风暴练习是在20世纪60年代由托尼部赞（Tony Buzan）以及部赞公司创造出来的。这个练习包括
把词会和图像结合起来展示想法和概念，然后让你的头脑在这些想法和概念的基础上面进行扩展。这是一个非常好的工具，它能帮助你的头脑提炼出信息然后用一种创造性的方法利用这些信息。头脑映射可以用便笺和笔来完成，也可以使用专用的软件，象是 Ygnius（www.ygnius.com ）或者是微软的 Visio（www.microsoft.com/office/visio ）。你可以单独一个人也可以一群人一起练习这项技能。头脑映射能让你清楚看到关键点子或是概念的结构，已经各个点跟各个概念之间的联系。这是在解决一个问题，巩固信息，以及展示细节的时候作创意笔记的一个非常有效的方法。在进行简单头脑映射的时候，遵循下面几点：

开始的时候在纸的中间写上标题（关键词）。在这个词或词组上面画一个圈。

每个副标题或是从属概念都是从主题当中沿生出来的线（从纸上正中间的圆圈发射出来的线），然后在线上写上写上副标题。头脑映射的非线性特色让头脑能够把不同的元素和观点简单的进行连接和交叉引用。

然后你可以从副标题出发画一些线。根据部赞公司的介绍“如果你只有一个想法，这个想法似乎毫无用处。那就把这个想法作为头脑映射的中心。那些分支激发你在另一个层次的创意。一个结构图就出现了。很快那个想法就成了一个完整的概念。头脑映射图把你所有的创意清晰的呈现在你眼前。每个新创意都是另外新创意的中心思想。”

让你的大脑从中心思想出发向不同的方向前进。然后把各个创意进行连接。记住尽量使用单词或是很短的短语。

用颜色笔区分一些关键的创意。

下面的一些网站会告诉你如何一步一步地进行头脑映射：

www.mind-map.com

www.mindtools.com

www.novamind.com/documentation/mindmapping

做情节串联图板

取一张纸，在上面画上大小相同的4个，6个或者8个方框。从第一个方框开始，画上一些图画，填上文字帮助你传达你的想法或是故事。情节串联图板在广告界是一个经常使用的工具。当广告创意人员为一个电视广告进行头脑风暴的时候常常用这个来表达他们的创意。当然你可以用它来辅助头脑创意过程中任何正在进行的事情。情节串联图板上面的图画不需要很详细或是很精美。就是一些简笔画就可以了。看到自己的想法用图像的方式出现在纸上可以帮助你更加顺利地想出新创意，或是在原有创意上面进行加工。

角色扮演

这个练习可以帮助你从别人的角度来看待问题。扮演别人的角色，大致上都是潜在客户的角色。表演他们会怎么做，思考他们会如何想。用这种思想状态解决手头的任何问题。不要仅仅考虑别人，你需要变成那个人，独自或在一个团队里表演出那些场景。如果你正在思考关于新产品的创意，你可以试着变成该产品的潜在客户，从他们的角度考虑产品的设计和功能。举例来说，作为一个顾客，你想要这个产品提供给你什么，外观如何，感觉如何，诸如此类的。把你自己放在顾客的立场，成为他们中的一员。

仅仅是游戏而非工作

很多时候最好的灵感是来自游戏，玩玩具，进行艺术创作，或是手工，甚至是看电视而不是日常的工作。你在参与这些活动的时候，你需要专注于手头的任务而不能走的太远了。

在休闲，听音乐，或是玩玩具的时候产生了你绞尽脑汁搜寻的创意，那我们花在上面的时间就是有成效的非常有价值的。因为这些有趣的活动激发了你的灵感。然而如果你只是看电视打发时间，而没有产生需要的创意，你就没有好好利用头脑风暴以及创造性思维策略。你需要重新评价你的方法。

这一章里提到的各式各样的活动能帮助你变成一个更富创意的思考者，并在你需要的时候更好的使用你的创造力。可能有时候你需要创意的时候却怎么也想不出来，这这种情况下，你就需要克服"头脑风暴障碍"，这在下一章当中会进行阐述。

第五章 克服头脑风暴障碍

在一些情况下，你会发现阻碍你的创意过程的是一些你所不能控制抑或者是你能控制的外部因素或者环境。另外一些情况下，可能是因为你的不安全感或是你的情绪状态让你觉得做什么事情都不可能成功。要克服头脑风暴障碍的第一步就是要确定是什么阻碍了你创意的发挥，为什么会这样。

第 **1** 节：克服头脑风暴障碍

这本书都是关于如何增强你的创造力帮助你想出更伟大更好的创意，以及帮助你学会如何实施你的想法来改善你的个人生活，职业生活以及财务情况的。读到现在，你应该已经知道如何运用你的创造力，用全新的独创性的方法来处理生活中遇到的各种情况并获得成功了。

然而就算是最富创意的思考者有时候也会遇到障碍。这是无可避免也是非常常见的现象，所以你在遇到这种情况的时候不需要觉得恐慌。有时候由于某个原因，你的创意好像枯竭了一样，或者是觉得用现在的方法是无论如何也不可能达到你想要的结果的。你知道你需要开拓新思路，但是你却发现你被困在套路里面，看不到任何出路。

嘿，如果那些全球闻名的魔术师能够表演惊心动魄的生死大逃亡，你为什么不能找到一个出口逃出那个想象中的牢笼呢？只要你知道什么阻止了你的创意的流动，这个应该相对来说更加简单，。

在第三章和第四章我主要介绍了头脑风暴障碍这个概念。这一章里我们将会告诉你遇到头脑风暴障碍，好像不能想出创造性的，会导致成功的创意的时候或者不知道该如何应用这些创意的时候应该如何处理。

在这一章里你会看到：

让你的创意源源不 断的简单的方法。

如何加强那些能刺激你灵感的外界力量。

当你遇到头脑风暴障碍的时候帮助你确定是什么阻碍了你的创意。

克服创意障碍的方法。

处理最后期限和压力的一些小技巧。

早先，你已经知道了在开始头脑风暴过程之前确立明确目标的重要性。如果你开始感觉到创意障碍了，你千万不要迷失最初的目标，与此同时你还需要找出到底是什么阻碍了你的创意，以及因为什么原因出现这个障碍。

你很快就会发现，第一时间确定你所处的情况以及自己在那种情况下所想到的，所感受到的东西，并弄明白横在创意道路上的
生理或是心理上的障碍是什么，你克服创意障碍的机会就会增加很多。

在一些情况下，你会发现阻碍你的创意过程的是一些你所不能控制抑或者是你能控制的外部因素或者环境。另外一些情况下，
可能是因为你的不安全感或是你的情绪状态让你觉得做什么事情都不可能成功。要克服头脑风暴障碍的第一步就是要确定是什么阻碍了你创意的发挥，为什么会这样。从那里开始，你就可以开始处理你所遇到的情况了。

第2节：让你的创意源源不断

在你的日常生活当中，有创意是一件非常有益的事情。无论你是在做学期报告，创作一件艺术作品，写一篇小说，写商务信函，做一个重要的商务演示，或是想要找到一个提高工作成效的方法，创意都会让你受益匪浅。换句话说，无论你作什么，只要你成为一个创造性思考者就会帮助你达到长期的成功。

就算你现在并没有面对某个需要马上解决的问题或挑战，也千万不要让你的大脑停滞下来。避免不要陷入目前生活的常规模式，每天不需要思考的生活。这样的生活不但会让你觉得沉闷，而且在需要给遇到的问题想出一个创意或是解决方法的时候，因为你的头脑长久的疏于练习就不能马上给你提供创意帮助你解决问题。你不可能没有经过训练，练习，以及锻炼就去参加马拉松长跑的。头脑风暴跟这个是一样的道理。

每天都有很多方法可以使用你的创意。在上一章里你已经学习了一些你可以应用于日常生活从而提高你的创意及头脑风暴能力
的练习和活动。每一天里不管是在工作时还是个人生活的时候，你都需要给自己的创意找一个出口，并且你同时可以享受那项活动。

要点就是，不断的挑战你的头脑让自己可以自由发挥。你可以选择做做：

做填字游戏或是脑筋急转弯

涂鸦或是画画

记日记

画油画

弹奏乐器或是写歌

下象棋，跳棋，或是其他策略类的游戏

重新装饰你的房间

写一首诗，一个故事或是一篇小说

打网球，篮球，踢足球或是参加其他要求策略的体育活动

在你的日常生活当中，你或许需要做各种各样的事情，它们都需要花时间，精力和资源。很多时候这些活动都需要一定的花费。针对每一项活动（当然是一次一项），你都可以用头脑风暴来想出如何用更少的时间，精力和资源来完成它，或者你怎样才能减少该项活动所需的费用。

只要简单的把几个活动串在一起，像是你的差事之类的，用更加有组织的方法来完成它们，你可能每天可以节约一个多小时。
这样你就更加有效率也给你更多的时间去做你喜欢的事情了。

很有可能你并不能改变你生活的每个方面，但是只要简单的重新考虑你从事各项日常活动的方法，在家还是在工作场所或是在
忙碌的时候，你都可以头脑风暴并运用各种方法让你的生活更加精彩，更加轻松也更加富有成效。

你会发现在日常生活中运用头脑的力量找到做事更好的方法是一件非常简单，有趣同时又是具有挑战的事情。然而，当你已经在潜意识里发展了创造性思考的能力之后，你面对难度更大，意义更加重要的挑战的时候，也会更加容易成功。

第3节：加强能够真正激发你灵感的外部力量

灵感是成功进行头脑风暴的关键因素。在你努力想出全新的激动人心的独创性点子，应用它们，并产生积极的结果的时候，你会需要一些灵感。你需要先在头脑里种下创意的种子，这样你的头脑才能够产生你一直在寻找的新创意。

学生，商人，主妇，教师，小说家，诗人，画家，音乐创作人，音乐家，或是另外一些创意人员都可以从很大范围的事情里得到启发。这些事情包括他们生活里发生的事件，他们看到的事情，闻到的气味，尝到的味道，听到的声音以及看到的图像。以艺术家为例，这就像是被什么敲击了艺术家的头脑让他把某事件或是某个经验进行转变然后发展成某种表达形式最终形成全新的原创艺术作品。我会在第十章和第十一章通过不同职业的掌握了头脑风暴和创造性思维技巧的人的经历给你介绍一些实用的建议和信息。

除了你自己的知识和经验之外，你周围的人，你的梦想，渴望，以及目标也能给你激励。任何事情，每件事情都能激发创意。
然而，你可以关注一下什么事情最能激发你的创造力。了解你的头脑运作机能可以让你在进行重要的头脑风暴活动的时候给自己创造一个最有利的环境。

如果你需要做一个创造性的，有效的销售演示来介绍你的公司。你可以完全都自己来做，从零开始。你也可以参照在你之前已
经做了有效的销售演示的人，从他们那里获得灵感。你可以试着把他们的创意应用于你自己的演示之中也可以把他们的创意进行改进，而不需要全部从头做起。正如我们经常说的“造一辆车子不需要从发明轮子开始”。如果可能的话，你可以看以前别人做销售演示的录像。或许看到别的成功的人的行动会刺激你达成类似的结果并更好的利用你的创造力。你完全不需要害怕从别人那里学习，甚至去实施一个已经确定会成功的创意比你自己重新想一个创意会有更好的结果。

无论你什么时候，因为什么原因，需要进行头脑风暴，给自己创造一个有益于产生你想要的结果的环境。不同的人可以从不同
的事物当中获得灵感也会在不同的环境下表现的更好，所以了解你自己知道你自己的头脑何种情况下运转的最好是非常重要的。

如果你在考虑某个特定的问题的时候，独自一个人坐在屋子里，放上莫扎特的音乐，周围点上蜡烛的效果最好，那就给自己创造一个那样的环境——或者是一个能让你放松并让你的头脑活跃的环境。你为创造一个让你的头脑风暴过程更加简单的环境所作的努力越多，结果就会越好。看看什么东西能给你带来灵感并确保你在使用创造力进行头脑风暴的过程中，这些激励物就在你的身边。

第4节：确定是什么阻碍了你的创意

如今几乎每个人都过着繁忙而充满压力的生活。我们大多数人都超额工作却没有得到应得的报酬，甚至没有受到足够的赏识。而且当我们努力在家庭生活和职业生活之间寻求平衡的时候，却不断被要求提前超额完成工作。理所当然，就算在我们需要创意的时候，我们也常常不能处在一个创意的状态。

当人们感到恐惧，压力太大，饥饿，疲惫，口渴，被迫，压抑或是他们一次考虑的事情太多不能集中注意力于手头的任务的时候，他们就不会那么有创造性。如果你开始感觉遇到头脑风暴障碍了，确定是什么原因导致该障碍的产生以及能采取什么措施让你处于一个更好的精神状态是一件非常重要的事情。

显然，在夏威夷海滩或是温泉度假区度过一个两周的假期能帮助大部分觉得超负荷工作筋疲力尽的人恢复过来，但是我们也需要现实一点。面对现实吧，你知道很多时候你都需要处理超强的压力，赶上最后期限，还有满足不停的压迫你的上司。一旦你确定了这些负面因素，你就可以用一种逻辑的态度更好的了解和处理这些情况。这样这些因素就不能阻碍你的创造力的发挥了。

如果你感觉你的创造力以及工作成效受到了一定的阻碍，花点时间找出最主要的原因是（或者会是）什么。有可能是你个人生活当中发生的事情，像是跟伴侣或是孩子吵架，干扰了你的工作。这个时候我们不能坐等不管是对自己还是对所处的情况的挫折感一点一点累积，让情况变得更糟；而是应该列出一个清单看看是什么干扰了你。然后给清单上的每一项都想出几个改进或是解决的方法。

问问自己下面的问题：

是什么让我觉得烦心？

它对我产生了什么影响？

为什么这个会有负面影响？

我心理感觉如何？

我生理感觉如何？

我能马上采取什么措施来改变这种情况？

跟你所作的另外的事情一样，努力采取一个经过深思熟虑好好组织的方法来改变这个情况清除头脑风暴障碍。如果可能的话，不要依靠快速修补或是表面的治疗。如果你觉得筋疲力尽，不要马上用香烟或是酒精来让自己放松。这些方法可能能够暂时掩盖这些症状，但它们并不能解决根本的问题。

同样的，不要让情况愈演愈烈，直到失去控制。赶最后期限已经是够大的压力了。不要再剥夺自己睡眠或者是吃饭的时间，这只会让情况变得更加糟糕。就算你的时间真的非常的紧，如果你需要花10分钟出去走走，呼吸呼吸新鲜空气，清理一下头脑，千万不要吝啬这10分钟，它绝对是值得的。

你不会无缘无故的遇到头脑风暴障碍的。只要你好好的审视自己的情况，你就会发现产生障碍的根本原因从而解决这个问题让你的创意重新充盈。

第5节：克服创意障碍

正如有无数的原因会导致创意障碍的产生，同样也有无数种方法可以解决它。在第三章里，你已经学到了不同的头脑风暴的方
法，也知道头脑风暴并没有严格的规则可言，你只需要找到最适合你的过程就可以了。

如果你有了一个明确的目的，但是某一种头脑风暴的方法在这个时候看起来不能奏效，你可以试试其他的方法。不管你做什么，千万不要紧紧地盯着一张白纸然后强迫自己想出绝妙的创意，这是绝对没有用的。

除了分析是什么阻碍了你的创意流程，你还可以考虑重新设置或至少重新评估你的头脑风暴目标。或许这个目标太泛太模糊，
需要重新定义。从一个最广泛的目标开始然后慢慢缩小它直到成为你真正想要达到的策略一直都是非常有效的。从那里开始，参照第三章，第六章和第七章里提到的一些策略要点，你就能更好的想出你所真正需要的创意了。

成为一个创造性思考者和头脑风暴专家意味着学会如何从不同的角度看待事物如问题，困难或是挑战，并想出那种不是那么显
而易见，传统的直白的解决方法。换句话说，绝对不要给自己创造人为的设置障碍，也不要在创意进行仔细的评估之前就划掉那些所谓的“不好”的创意。有一些在一开始看起来非常遥远，不那么现实，怪异的想法最终可以改进为你所需要的解决方法，也就是能产生理想效果的创意。

在你开始进行头脑风暴的时候，不要把你自己局限于只使用某一个头脑风暴技巧或者创意的方法。用两到三个不同的方法，或者可以过几天，在你处于不同精神状态的时候重新回过头去看看你的创意。使用不同的头脑风暴技巧就可能产生不同的结果。只有当你结束头脑风暴过程后，进入分析创意的阶段的时候你才能知道哪个方法在处理某个特定问题的时候是最有效的。

同样的以前对你来说很奏效的方法在处理一个完全不同情况也可能不怎么有效。举例来说，如果你正在努力为公司将要发布的新产品做推广活动计划。就算你认为自己最擅长的是擅长想出要点，这种情况下使用传统的大纲式方法可能并没有什么作用。

最后，不要害怕从考虑的问题和头脑风暴过程中离开一会儿。你可以花一些时间让头脑清醒一下，然后带着一个全新的视角回到问题上或是头脑风暴当中。在重新回到手头的任务之前，让你的头脑有机会关注其他的东西——最好是跟手头任务无关的，让你觉得愉快的事情。

能让你头脑清醒的活动

出去散散步，呼吸呼吸新鲜空气。

到一个安静的屋子闭上眼睛，放松几分钟。

运用深呼吸练习，瑜伽或是赞美诗来集中自己的精神。

给你的朋友或是亲戚打电话，让你的头脑去注意不相关的事情。

听那些会给你带来好心情的音乐。

参加一个你喜欢的活动。

弄点吃的或是喝的（可能的话尽量不要是酒精，咖啡因，或是香烟这种带来放松假象的东西）。

很多人已经从冥想，瑜伽，深呼吸，伸展运动，赞美诗，或是体育运动中获益，觉得这些活动能够帮助他们放松同时让他们的
头脑更加清晰。所以由于过长时间专注于一件事情导致出现头脑风暴障碍的时候，你可以放心运用这些活动。

如果你遇到头脑风暴障碍了，最糟的做法就是停下手头的一切，然后坐等创意的出现。你不应该仅仅是等待和痛苦，与此相反，你应该尝试不同的头脑风暴技巧，并从完全不同的角度来看待你所遇到的问题。

第6节：成功处理压力和最后期限

不幸的是，你永远也不可能消除最后期限，你也不可能延长它。你需要好好的管理你的时间，以便你能够在一个预先设定的时
间限制之内完成所有的任务。在这种情况下，优秀的时间管理技巧是最重要的。

如果你正面对一个需要在一个时间限定之内完成的重要任务。你一开始就应该给自己做一个时间表，然后严格按照时间表进行。下面的策略能帮助你更好的管理你的时间：

1.确定你的最终目标和最后期限。

2.列出一个详细的为了达到这个目标需要做的事情。做这个的目的是把最终目标分割成一个一个可以控制的小目标。

3.把列出的需要做的事情按照优先性或是重要性进行排序。弄清楚哪些是必须要做，处于什么次序。这个可能需要重新列一
个表或把你原来的列表重新排序。如果列表上的两件事情需要同时做完，在边上标注出来。

4.选一个开始日期（记住你已经知道了完成这个项目的最后期限）。推算出完成整个项目需要多少时间。

5.确定列表上的每件事情需要花多少时间完成。

6.使用日历，每日计划或是另外的日程软件，把每个需要做的事情放进去，在边上写上该事情必须完成的最后期限。这是为了能够最终能准时完成整项工程。在计划每件事情的时候，留一点余地，以防发生在你控制范围之外的意外事件导致延误。

7.预见完成计划的过程中所有可能出错的事情，事先建立一个风险计划来处理这些问题（如果它们发生的话）。

8.一旦你已经建立了一个实际的计划，严格按照计划行事。列表上的一件事情完成了就勾掉它，紧接着去做下一件事情，一步一步向你的最终目标前进。

你能简单的学会如何更好的组织和安排你的时间，但是你无法消除每天生活中的压力。然而你可以学着引导那些能量让自己变得更有效率，而不是变得太过疲惫而不能清晰思考。

你如何处理压力，如何减压都会影响你的总体健康，幸福感，效率，以及享受个人时光的能力。然而不幸的是，目前我们还没有简单的消除压力的方法，但是有很多事情都可以帮助你有效处理压力。每个人都有自己独特的处理压力的方法。最糟糕的就是你就这样接受压力，什么都不去做，也不去控制压力的影响。

如果你不得不处理工作相关的过度压力，你所要做的第一步就是分析你的职业生活，确定导致你压力的具体原因。接下来，你可以选择去咨询你的医生或是处理压力的专业人士，他们能帮助你控制压力对你的生理和心理产生的影响。当然，你能通过向你的同事，客户或是家人大喊大叫来发泄你的压力，但这绝对不是一个处理压力的好办法。

你的饮食习惯，工作方式，心理状况，以及运动习惯都能影响你有效处理压力的能力。举例来说，只要简单的从你的食谱当中去除过量的糖类，加工过的谷物，脂肪和咖啡因，就会对此有所帮助。很多压力处理专家都相信这样你会有一个更好的身体状态，从而帮助你更好的处理压力带来的生理影响。

参加一些体育运动也能帮助你控制或者减少压力给你的生理带来的影响。你的运动可以在工作后去健身房里锻炼或是参加一些组织的健身课程像是有氧健身，拳击，举重或是慢跑，你也可以仅仅在午休的时候到附近散散步。

在你的日常生活中，你可以花一两分钟站起身来，伸展一下身体，深呼吸一下。这是另外一个简单又有效的方法来帮助控制你的生理和心理压力带来的影响。

如果你知道你已经为你即将要进行的工程或计划已经准备充分了，所有的方法都已经是考虑周全的了，你自然就不会有那么多压力了。因为你知道所有的事情都在正轨，你完全能掌控这个局面。当你处于这种精神状态的时候，你会发现你的思路非常清晰，利用创意非常流畅，能自然产生绝妙的创意，成功的应用这些创意并最终实现成功。

第六章 分析你的创意

完成头脑风暴过程之后，你手头上已经有一些创意了。接下来的一步就是对它们进行挑拣，剔除那些荒谬的想法——

那些不可能被广泛接受的，或者是不可能帮助你达到你想要的目标的创意。把这些排除在外之后，就可以看看还剩下些什么，仔细的对剩下的创意进行评估来找出最好的进行实施。

第1节：分析你的创意

完成头脑风暴过程之后，你手头上已经有一些创意了。接下来的一步就是对它们进行挑拣，剔除那些荒谬的想法——那些
不可能被广泛接受的，或者是不可能帮助你达到你想要的目标的创意。把这些排除在外之后，就可以看看还剩下些什么，仔细的对剩下的创意进行评估来找出最好的进行实施。

我们已经一再提及分析创意是在头脑风暴之后的事情，而不是在头脑风暴的过程中进行的。所以在你的头脑风暴结束之后，休息一下。让你的头脑去考虑一些毫不相干的事情。当你准备回去工作开始分析你的创意的时候，你会想要从一个全新的角度去看待这些问题的。

这一章是关于如何选择最好的创意，分析它们并决定哪一些是足够好的，可以进行实施的。你每次到达这个阶段的时候，你分析创意的方法根据手头的情况，你所要评估的创意类型，还有你最终想要达到的目标不同而会有所不同。当然这个过程中你的目的就是选出最好的创意来。但是，哪些因素决定一个创意是好的，绝妙的，无与伦比的呢？你很快就会发现这一点了。

第2节：创意：好的，坏的还有丑陋的

俗话说的好：旁观者清。这个也同样适用于评估创意的时候。你在评价一个创意是否可行，是否是一个好创意的时候，也会有很多个人主观的因素牵扯在里面。

如果你是独自一个人工作，完全由你来挑选出最好的创意并加以实施的时候，这就是一件非常富有挑战性的事情了。毕竟，你的目的是做出正确的抉择，来达到成功。在一个公司或是团队的环境下，因为需要很多的人达成共识，包括挑选最好的创意以及用最好的方法来实施这个创意，所以整个过程就会更加复杂。在这个过程中，你需要处理不同的关于什么才是一个解决某一特定问题最好的创意的观点。

如果你手头已经有了一些创意，你现在所需要做的就是设立评估每个创意的具体的标准。设立这些标准之前，你必须已经对自己所面对的问题，所需要达到的结果有了深入了解了（参见第三章）。头脑风暴会议之前，你就应该已经确定了你的问题，目标，机会，以及目的，同时你还需要预见你所需要达到的成果。现在回过头去看看，看看你头脑里的这些信息是否还是清晰明确。然后再开始评估头脑风暴过程中想出来的创意。

现在我们假定你已经明确了你想要达到的结果，现在考虑一下如何衡量成功实施一个创意。问问你自己下面的问题。

你怎样描述一个创意的成功实施？哪些特定的目标是你想要达成的？

如何明确的衡量成功（质量上和数量上）？

根据手头的情况或是问题，你是不是已经有了足够的背景知识和研究数据（如果合适）来确定哪个创意是最可行的呢？如果答案是否定的，那再作决定之前还需要知道哪些信息和数据呢？

衡量成功的标准是什么？

由谁来判定创意实施的成果？

你的创意最终的目标受众是谁？举例来说，如果你在设计一个新产品，这个产品的目标顾客群是哪些？

你能使用哪些资源帮助自己实施该创意（如人力，预算等等）？

什么时候评估创意实施的最终结果（成功或是失败）？你实施创意的最后期限是什么？

知道了这些信息之后，你就可以开始剔除一些创意了。你可以把所有的创意都列在一张清单里面，一次一个地来进行分析。为了评估那些创意你需要用一种分析的实际的眼光来重新看待它们。从财务的角度来说，这些创意是否有意义呢？在已有的资源以及时间限制下，这个创意是否能合理实施呢？

记住，没有一个创意是坏的，错误的或是愚蠢的。有一些创意是有用的，因为实施它们能帮助你解决你的问题或是帮助你达到你所需要的目的。而有一些创意则不能达到这个目的，所以不能利用。就算这个创意从整体上来说并没有用处，但我们在把这个创意丢弃之前，想一想它有用的一面以及可以给你带来的启发。你最后找到的那个创意可能是把好多个创意一点一点地综合起来得到的。

在你重新思量每个创意的时候，问问自己：

如果适当的实施这个创意之后，它能如何帮助我达到我所需要的结果？

为了赶在最后期限之前完成，实施这个创意所能花费的时间有多少？这些时间是否足够我达成我所需要的结果呢？

成功实施这个创意需要哪些资源？如果所需的资源没有齐备，是否能够在时间和财力限制之内准备好这一切？

这个创意的可行性如何？如果要成功实施这个创意，人们的观念和行为需要做出多大的改变？

要让别人接受这个创意，对它产生好感并愿意帮助实施它有多困难？要做到这一点我需要做什么？

这个创意积极的一面是什么？实施它能带来什么样的好处和回报？

这个创意的潜在缺陷是什么？

在实施这个创意的时候会遇到什么样的困难和障碍？

还有一个非常重要的一个问题你需要问自己的是：你正在分析的创意是不是给你一种“有了！”或是“啊哈！”的感觉？有时
候你在产生或是分析一个创意的时候凭当时的感觉就会知道这是不是一个绝妙的创意。你的直觉是一个非常棒的指示器，你完全可以相信你的直觉。要知道一个绝妙创意的背后常常会牵扯有个人的激情在里面。这个创意是不是能让你完全信赖，百分之百的肯定，绝对的支持？

下一步，你就应该考虑如何实施每个创意，并考虑它（如果可行的话）会给你自己，你的公司，你的客户带来什么样的影响。
第七章会详细介绍如何计划创意的实施。在你还没有就哪一个创意需要进行实施做出最终决定之前，你需要就一个更加广泛的角度来看待各个创意，包括实施它们所需的人力，财力，等资源。实施阶段又有哪些步骤呢？

第3节：不要仅仅靠个人观点 使用小组座谈会

经过长时间的头脑风暴之后，或者是你处于一个非常紧的时间限定内，很有可能你会迷失你的方向。当这种情况出现的时候，
你可能会说服你自己去妥协去接受某一个创意。而这个选择并不是因为这个创意是最好而只是因为你绝望了。这个时候你就会做出让步，抓到一个解决方法也就算了。

尽管使用你自己的智慧，相信你自己的直觉是一个非常好的办法，另外一个分析创意的好策略就是让另外的人一起来参与评估。你可以找一些没有参与头脑风暴过程的人，要求他们给你最诚实的反馈。

你可以组织一个正式的小组座谈会，也可以用一个比较随意的方式来进行。小组座谈会议需要集中一些人，倾听他们对某一个
创意的看法。这个可以通过面对面的交流，网络，电话或是问卷的形式进行。

为了测试一个创意的而举行小组座谈会的原因有很多。例如，可以使用小组座谈会聚集一批中立的人——跟公司利益或是创意的产生完全无关的人——提供关于新产品创意各个方面的诚实和直白的反馈意见。这些人可以是你公司里另外部门的员工，会对你直言不讳的朋友，街上随机遇到的人，或是你认为是你的目标受众的人群。

举例来说，当一个新产品还处于概念阶段的时候，你可以在潜在顾客群当中对它进行检验。得到关于这个产品名称，设计，用途，使用方便程度，市场上的地位，质量，包装，表现，客户满意程度，营销情况，价格，顾客关注度，产品测试，产品比较，以及整体的满意程度的反馈。

小组座谈会还能帮助你看到你之前没有考虑到的想法，观点和视角。根据一个在纽约州奥林奇伯格（Orangeburg）的一个市场研究机构：市场导航公司（Market Navigation Inc）的观点，小组座谈可以用于：

勘察（“试探一下”）

调查（侦探工作）

辨识目前的工作

了解动机

产生新创意

改善沟通

设计诉求方法

决定战略位置

口碑调查

第4节：“六顶思考帽”评估技巧

有很多评估新创意的技巧。“六顶思考帽”技巧是由爱德华德波诺（Edward De Bono，www.edwdebono.com）发明的。他是创造性思维以及思维训练领域里最有名的作者之一。这个技巧可以帮助你快速评估几乎所有的创意。

使用这个技巧的时候，一个创意被放进一顶想象中的彩色帽子当中，然后由评估者进行试戴。每一种颜色的帽子代表评估创意的一种思考模式，或者是一种观点。每一个想出的创意都需要放进每一顶帽子当中进行试戴。你每次需要仅仅依靠一顶帽子来进行判断和决定。下面的就总结了每顶帽子代表什么以及戴上它们的时候该如何思考。记住：这些不同的评估方法可以在你独自一个人的时候使用，也可以在团队当中使用。

蓝帽子：这顶帽子是用来在分析你的创意的时候控制评估过程，选择最好的路径的。问问自己：下一步给做什么？到目前为止
我做的怎么样？各种颜色的帽子应该以何种顺序使用？

黄帽子：用这顶帽子促进正面思考的能力。问问自己：这个创意哪些方面是有效的？这个创意的优点是什么？会带来什么好处？谁将会从中受益？这些益处从何而来？对目前的情况而言，这个创意是合适的么？

红帽子：考虑自己的直觉，感觉和情绪。问问自己：我对这个的感觉如何？我有什么样的直觉？你的直觉不需要得到证实，它
只是作为一个作决定时的考虑因素。

黑帽子：这顶帽子不但是一个逻辑的思考方法还是关于判断和警示的（如果需要的话）。问问自己：这个创意的哪些方面是不
现实的？存在哪些问题？在评估创意的时候使用这顶帽子能阻止你做出冲动的判断，做不理智的事情。这个方法的缺陷就是容易过度挑剔或是过分的去分析事物，所以不用过度了。

白帽子：这顶帽子代表需要事实和象是研究数据之类的数字。问问自己：还需要哪些信息和研究数据？还缺少了哪些信息？我怎么样才能获得需要的那些信息？还缺少哪些事实和数字？

绿帽子：这个帽子强调你的创意（垂直思维）鼓励你在原有创意的基础上更进一步进行改进和扩展。问问自己：我还有什么新的创意么？还有什么另外的可能性？还有什么可能的想法？

爱德华德波诺的网站上说道：“六顶帽子思维法是帮助个人或是一个团队方便有效的达到思维最佳成果的方法。这个方法对自我并没有威胁，还能帮助人们脱离常规思维的轨迹。它让人们看到事情的其他方面而不是仅仅关注为什么不可行并帮助人们进行积极的创造性的思考。人们可以一次专注于一种思维模式（戴一顶帽子）。经验证明，一旦一个公司引进了六顶帽子思维法，它很快就成为公司文化的一部分。”

想要知道关于这种创意评估技巧的更多信息，你可以访问下面的网站：

www.edwdebono.com/debono/vedio1.htm

sixhats.htm

www.ronjonpublishing.com/powerpoint/ch16/sld030.htm

第5节：一切都归结为做出一个决定

创意评估过程是头脑风暴整个过程当中需要做决定的一个阶段。记住，没有人强迫你一定要从已经产生的创意里面选择一个。
认为你之前的头脑风暴会议没有产生能达到你所期待目标的创意也是没有关系的。这样的结果就是，还需要再进行头脑风暴或是研究。你现在决定总比花费了大量时间，资源，人力和金钱去实施一个由于没有很好的针对最初的问题而导致最终失败的创意要好。

如果你已经好好研究过了，也有了所有做一个决定所需要的信息了，当合适的创意出现的时候你就有可能马上知道。当然你会
想要用评估这个创意的正反两面以及该创意能多大程度的解决手头的问题来证实你的直觉感受。

另外需要考虑的一件事情就是要对付抗拒改变现状的压力。在你实施新创意的时候常常会从公司内部或顾客当中受到这种压力。同样也可以做一个纯粹从经济角度出发的成本/效益分析来看看创意是否可行。

第6节：用成本/效益分析进行决策的技巧

成本/效益分析是一个纯粹为了确保你不会花太多时间，金钱，人力，资源以及精力在根本不值得的事情上面而做的分析。这
种分析相对来说比较简单。简单的把从实施该创意得到的好处加起来除以实施该创意所需的成本即可。

例如，假设你想出了一个新产品的创意。把创意与公司内部所有部门共享之后，你确定把新产品引入市场所需的费用是
500万美金。这包括所有研发，生产，营销，广告，分销等费用。根据你的行业，潜在市场，以及顾客基础，新产品在整个生命周期只能带给公司450万美金的收入。这样的话，不管你的创意有多出色，从单纯的经济的角度来说，它是不现实不可行的。

在做成本/效益分析的时候，数据一般都是非常直白的。然而还是会有一些你无法用单纯的数字进行量化的无形的花费和收益。举例来说，发布一个新产品可能最初的时候会让你损失一些，但是通过发布新产品你会增加顾客对你公司的关注度，因此公司另外产品的销售会增长。这与针对某产品，服务或公司所进行公关活动所产生的积极影响一样，它也是很难量化衡量的。

第7节：PMI决策技巧

另外一个进行决策的简单技巧叫做PMI（正面－负面－关注点）。你可以用它来衡量一个创意的正反两面。使用这个技巧
的时候，你需要在一张白纸上面画一个三栏的表格。每一栏的标题分别是：正面，负面，以及关注点。

在“正面”这一栏里，列出所有实施你的创意所能带来的积极结果。接下来在“负面”一栏里写下所有跟该创意相关的负面的东西。最后在“关注点”一栏写下通过实施你的创意可能经历的正面和负面的结果。

这一些都做完之后，重新审视“正面”“负面”两栏。哪一栏的列表比较长？很有可能是否要实施这个创意在这里就变得显而易见了。如果到这里还不能决定的话，给每一栏里的每一点进行评分，分数从1（最重要，最相关的）到5（最不重要，最不相

关的）。把每一栏的分数加起来，看看哪一栏得分比较低。如果“正面”的分数比“负面”的分数低，就意味着你可以继续努力去实施这个创意。当然你的给分是非常主观的。你可能需要更多的意见来帮助你决定。

创建一个这样的 PMI 表格:

正面（积极的结果和益处）相对分数	负面（消极方面和缺点）相对分数	关注点

------ ------

正如你所看见的，有很多方法可以来评估一个创意。你可以选择一个你认为最适合你正在处理的情况的那种评估和分析方法。基于你的分析，你应该可以把头脑风暴过程中产生的那些创意进行挑拣，选出一到两个你认为值得实施的能达到成功的创意了。根据已知的事实做出正确的抉择。

之后在第九章，第十章，以及第十一章里，你会看到对一些非常成功的创造性思考者的采访报道，他们会与你分享他们是如何选择创意并实施它们的。这些人证实是做出正确抉择的，所以你可以放心从他们的经验当中学习。下面一章里，你会学习真正实施那个绝妙创意并把它变成现实的一些策略。

第七章 让你的大创意产生完美结果

在公司环境下，创意实施过程很容易被认为是项目管理的一种。要让你的创意成为现实，你以及你公司的同仁必须对这个创意形成共识，全力支持它，运用各自的专业知识，在时间限定之内工作，合理分配时间和资源。在有些情况下，一旦创意阶段结束，实施阶段所需要的常常是理智的思考并贯彻到底

第 1 节：让你的大创意产生完美的结果

这一章全部都是关于如何实施你的最佳创意的。也就是关于如何把你头脑中出现的创意的火花变成现实，从而让你和你的公司从中受益。

根据你想要实施的创意种类的不同，这一个实施阶段是决定你最终是否能够获得成功以及在实施创意过程中会遇到何种程度的困难。实施阶段需要你全情投入，需要整个公司的齐心协力，上下一致，需要大家热情洋溢，需要能够照顾全局的组织技巧，同时还需要考虑到所有的细节。

在公司环境下，创意实施过程很容易被认为是项目管理的一种。要让你的创意成为现实，你以及你公司的同仁必须对这个创意形成共识，全力支持它，运用各自的专业知识，在时间限定之内工作，合理分配时间和资源。在有些情况下，一旦创意阶段结束，实施阶段所需要的常常是理智的思考并贯彻到底。

第2节：选出最佳创意

因为每个创意都是不同的而且每个公司的架构也是各不相同的，所以就如何把一个创意变成现实并没有设定的规则。然而，特别是在一个公司里，一个创意必须经过一系列的过程直至最后成为现实。对于个人来说，因为一个人需要同时担负很多的职责，需要用很多的方法进行思维，所有的过程都一样重要，但需要不同对待。

这个部分将带领你一起过一遍基本的创意实施过程。记住，根据你的创意和你最终想要达到的目的，你可能需要增加一些步骤或是略过其中的一些步骤。

第一步：选出最佳创意

如果你现在已经确定了你的目标，完成了一个成功的头脑风暴会议，并仔细分析了这个过程中产生的每一个创意并选择好了你最终需要实施的那个创意，你已经做的很好了。根据你所需要实现的目标，下一步——实施——就会是很简单的过程，或者如果这个过程跟已有的秩序相冲突的话会暂时让你的世界天翻地覆。

如果你是独自工作的，选择最好的创意相对会简单一些，因为你不需要得到团队的认同和接受。只要你对你自己的创意进行了足够的考虑并确信只要正确实施就能产生非同寻常的结果，你就可以去实施它。

在团队环境下，在你认为你已经想出了一个能解决目前的问题，情况或是能达到所需目标的创意之后，接下来最重要的事情就是要让你团队，部门，或是整个公司的人都能看到这一点，跟你持相同意见，并完全相信实施这个创意会成功。同样的，这个创意需要受到多大范围的认同取决于创意本身以及这个创意会影响到的人们。

例如，你为新的电视广告想出了一个创意，你的创意或许只需要得到公司顶层以及广告和市场部的同事的认同即可。但如果你
的创意涉及范围更广，可能会涉及到公司的每一个人，像是关于新产品的创意，你就需要得到尽可能多的人的支持来保证这个创意能得到很好的实施。

不管你做什么，在你以及跟你一起工作的人还没有完全确信你已经选出了最适合目前问题和情况的创意之前不要贸然进行实施。如果你对你的创意还没有百分之百的满意，回到头脑风暴阶段，继续改进这个创意或者想出全新的创意来。

你需要确保你选出来的创意一旦实施就又很大的可能成功。这个应该在你结束最初的头脑风暴过程开始分析每个创意并且选择
最佳创意的时候完成。如果你确信你已经得到了能产生你所需要结果的创意，整个头脑风暴过程中的实施阶段就可以开始了。

第3节：选择一个项目领导

第二步：选择一个项目领导

如果你是单独一个人工作，你自然就是项目领导了。你就自然肩负起在实施过程中总领大局的使命。同样你也需要处理实施过程中所有的细节问题。

在团队环境下，我们就必须选出一个人来做项目领导。这个人可以跟头脑风暴主持是同一个人也可以是不同的人。这个人需要能够掌控全局，让所有的人以及所有的事情都以一种有组织的状态围绕实施该创意这个目的转，他还同时需要负责协调实施过程中涉及的所有细节问题。

一个项目领导或者说是项目经理可以是高层管理人员，部门经理，主管，或者是任何对所需要达到的目标，创意本身，以及实施一个创意的过程有透彻了解的人。最理想的人选是曾经有过管理各种类型项目经验的人。

项目经理需要非常有组织性，有责任感，能够鼓励及管理员工。微软Project2002之类的软件也是非常有帮助的，
因为它们对涉及多项任务，需要大量计划和资源分配以及好几个团队的人员参与的项目来说是非常理想的。

第4节：进一步的研究

第三步：进一步的研究

知识就是力量。在进行实施之前，每个人都需要知道为什么需要实施一个新的创意。他们还需要知道所针对的问题，并需要对
需要达到的目的有明确的了解。在你开始实施的时候，确保参与的每个人都了解了相关的知识和信息。如果还需要做进一步的研究，这个时候就应该马上开始了。

例如，你决定要实施一个新产品的创意并希望从公司内部的各个部门（研发部，市场部，生产部，销售部等）得到肯定的反馈。当你开始实施的时候，研发部突然发现（之前没有做好足够的研究）要研制并生产这种产品需要购买特定的设备，需要增加 300万美金的预算。这笔开支是之前没有预见到的，会危害整个创意实施的成功。

再例如，你是一个作家，你可能头脑风暴产生了一个关于新书的创意。你对这个创意非常满意并踌躇满志准备实施。你花费了
大量的时间和精力给出版商写了提纲和建议。但你却发现市场上已经有了四本几乎一样的书了。如果你之前进行彻底的调查，这样的时间和精力的浪费就是完全可以避免的。

根据你的创意种类不同，创建一个详细的商业计划是非常必须的。一个经过周密考虑的商业计划可以帮助你看清你的创意是否真正可行。你的商业计划所包含的细节越多，你长期成功的机会就越大。

剖析商业计划

通过文本，表格，电子数据表以及图形，一个传统的商业计划（或是描述实施创意所用的策略的类似的文件）包括下面的大多数项目（如果不是全部的话）：

公司名称——任何商业计划的第一页的第一行文字肯定是公司名称。

执行概要——提供该计划的总体信息。

目标 ——描述所需要达到的目标。

任务描述——简单介绍公司的主要目的。

成功关键——介绍公司能够提供帮助项目成功实施的以及相反方面的因素。

风险——略述公司将会面临的风险。

公司介绍——提供更多关于公司产品和服务的信息。

公司所有权——简单介绍公司的领导层或是创建人。

启动介绍（包括财务预算）——介绍需要哪些资源才能启动你的公司。

所需的启动资产——列出你公司开业所需要的资产。

广告——您所需要的广告和营销材料的类别以及每类的成本。

公共关系外部顾问——这些顾问的作用以及所需费用。

利用公共关系所需的材料——这些材料的成本以及说明。

外部营销服务费用——营销推广的费用。

运输——运输的商品以及费用。

分销——商品分销的方式、依据以及分销商的费用。

网站设计建设费用——网站建设的费用以及网站托管的费用。

财务规划——企业的财务状况和您是如何规划的。

财务规划预测——对企业将来财务状况的预测。

财务预测——预测企业在短期内的资金状况。

现金流量——公司在某一时期内的现金流入和流出。

营业收入——企业在销售商品/服务时的收入。

资产负债——企业在资产和负债方面的状况。

盈亏平衡——计算在不盈利也不亏损的情况下需要多少销售额。

创业团队及管理——团队成员的简历，尤其是总裁/董事/CEO的背景，以及他们对企业的所有权和持股情况。

财务预算——企业各项开销的预算。

想要了解如何写一份完整的商业计划书，或寻找更多的帮助，请访问www.sba.gov/shareware/starfile.html来下载美国小企业管理局的模板。

同样你还能买到很多帮助你建立商业计划的软件，像是Palo Alto软件公司的Business Plan Pro 2003以及Business Plan Premier 2003（1-888-PLAN-PRO，www.paloaltosoftware.com ）。这些软件都是基于Windows系统的，使用起来都很方便。这些软件都有智能语音帮助，超过400份商业计划样本，还有关于风险资本家以及风险资本信息的巨大的数据库，可以自由定制的商业表格，它们还能提供一个专业的打印输出样式。计划精灵功能帮助用户了解商业计划创建的整个过程，并让客户自由改变以适应不同的需要。

第5节：仔细研究创意——确定需要做什么

第四步：仔细研究创意——确定需要做什么

因为每个创意都是不同的，并且每个公司的运作方式也都是独一无二的，所以没有两个创意可以用同样的方法来实施。因此，对于每一个你选择实施的创意来说，仔细研究它们并确定为了成功实施需要做的没一件事情是非常重要的。

问自己以下的问题：

实施创意需要采取那些具体的步骤？

哪些人需要参与实施过程（可以是以部门，团队，个人的角度）？

需要请外界的专家参与么？如果需要，哪种类型的？

实施创意需要动用那些内部资源？

哪些外部资源是必需的？什么时间需要？

实施创意对公司日常运作的短期和长期影响是什么？那些过去的思想模式需要改变和完全打破？

公司的哪些部门会受创意实施的影响？

实施创意所需的花费是多少？

尽可能的进行周全的计划，并预见可能遇到的困难（还有处理这些困难得方法），这样创意实施的过程会更加顺利并增加成功的机会。

第6节：团结整个团队或公司全力支持这个创意

第五步:团结整个团队或公司来全力支持这个创意

可能作为想出创意的人，你想到要实施这个创意就已经非常的激动了。现在你的目标就是要赢得所有实施创意可能涉及的人的
支持和热情。你需要在你的身边团结起一队人并为了实现一个他们都深刻了解并热切盼望的目标而共同努力。确保每个人都明白创意成功实施后能带来的好处和回报。只要可能，让每个人都能分享成功带来的回报。

团结人的最好的方法就是展示你的激情。你也能够让别人相信自己对这个创意也是有所贡献的。只要鼓励他们在这个创意的基
础上进行发展和改进或者是研究实施创意所需的每个步骤，都会让他们觉得这个创意也是属于他们的。

如果每个人都为了一个共同的目标而努力，你成功的机会又增加了很多。这个概念不但对公司适用，它也适用于单独工作的人，因为没有一个项目是单个人的努力就可以完成的。举例来说，一本书的作者需要向出版商推销他/她的创意。出版公司的人需要对这个创意感兴趣愿意把它卖给书店（建立一个分销渠道），读者，以及媒体。最终，消费者需要对这个创意感兴趣从而愿意买一本回去阅读。

第7节：创立一个实施策略

第六步：创立一个实施策略

每次你想要实现什么目标的时候都会需要一个特定的策略。一旦你知道你想要的结果是什么之后，把这个大目标分成一系列小的更容易实现的“次目标”，为了完成你的主要目标，每一个“次目标”都需要好好实现。

现在你已经知道成功实施一个创意所需的步骤了，给每个步骤设置一个时间表。确定每个步骤需要完成的先后次序。同时也给你自己以及跟你一起工作的人设置一个最后期限。合理的计划加上人力，资源和成本管理在任何项目管理上面都是非常重要的。

给公司里面不同的人指派不同的任务。让他们负责完成某个特定的“次目标”。记住，如果并不是所有的“次目标”都很好的
完成了的话，你就不能实现你的最终目标。公司内部或是沟通的断裂，计划不善，或者让不够资格的人去负责某些任务都会导致计划延误，超支甚至最终失败。你所采用的实施策略必须是经过周全考虑的，经过仔细计划的，并在公司内部得到广泛的认同并记录在案。现在并不是走捷径来节省时间，金钱并不去关注细节的时候。

第七步：利用公司内部的专家和资源

有时候如果你想要提高成功的可能性，你会在实施创意的过程中发现最适合这个工作的人。一旦你清楚你需要实现的目标，实施过程的每个阶段所需要的知识技巧，为每个工作安排了合适的人。如果需要，可以聘请顾问或是外部的专家。你需要重新调整你的公司结构来更好的利用人力资源。

你把某项工作分派给一个人之后，你需要提供足够的背景知识，然后在他们的工作范围内给他们足够的自主权和责任。让项目经理对每个人，团队或是部门进行跟踪了解，确保工作一直在有所进展，但是又要给他们足够的自主权来使用他们的创造性思维能力以及各自的经验来完成他们的工作。

第8节：设立你的时间直线

第八步：设立你的时间直线

在某些情况下，延误是不可避免的。但是如果你预先进行了合理的计划，你可以消除很多潜在的问题。在团队环境下工作的时候，每个人都需要按日程表行事，特别是如果一系列特定的工作需要按特定的顺序完成。如果一个人或是一个团队落后了，整个项目都会收到影响。因此，所有由最终时间限定引出的各个最后期限都必须好好确定。无论你是一个人单独工作还是在团队中与人协作，这都是适用的。

一旦确定了最后期限，确保每个人都知道它们，并知道为什么要设立它们。如果你能把创意实施的时间直线（明确标明最后期限）用图表的形式打印出来分发给每个人，将会非常有帮助。ACT！6.0，微软Outlook，或是微软Project之类的软件都能帮助你给每个人做出不种类型的图表打印出来给他们。

创建一个每个人都能理解的时间直线就跟在一张纸上画一条直线（横）那么简单。在直线的一端写下今天的日期。在另一端写下最后完成的日期。现在在你的时间直线上标出每个需要完成的主要任务，同时在上面写上每项任务的最后期限。一条简单明了的时间直线就可以帮助你保持组织性并更好的了解最后期限。

要创建公司流程图或是用来显示与创意实施相关的时间期限或是任务的图表，微软的基于Windows平台的Visio Standard 2002（www.microsoft.com/offic/visio ）能帮助你完成图表制作从而让你可以用图形的方式记录或共享你的创意或是信息。

由Visio Standard制作出来的图表能对目前的过程，人员，和项目提供一个非常有价值的了解，并能帮助个人与团队能更加有效的合作。当用于强调某文本或数字时，Visio图表让信息更加精确让人们更加容易记住一些像是最后期限之类的要点。

使用Visio Standard的时候，你可以用预先设定的样式来组合所有的图表。你根本不需要知道如何绘制。只要鼠标轻轻的点击几下，你的图表就看起来非常的专业了。接着你就可以在你日常工作交流当中共享你的工作成果。Visio也能用于创建流程图，组织图，时间直线，办公室布局图，等等。你还可以利用储存在Microsoft Excel，Microsoft Acess，以及Microsoft Project当中的数据创建表格。

根据微软公司的介绍：“在项目计划开始的时候，把项目成员召集在一起进行头脑风暴并就主要任务和关键问题达成共识是非常重要的。Visio时间直线就可以完美的记录下项目的每个关键点，并传达给众人。时间直线是一条水平的直线代表一个项目的生命。通过在这条直线上加上标记，你可以用来表示该项目的各个阶段和关键点。”要知道更多更详细的关于如何使用Visio 来创建图表的指导，你可以访问微软的网站：www.office.microsoft.com/assistance/2002/articles/vspotlight2_nov00.aspx 。

时间直线为什么非常重要呢？如果你需要推出一个新产品赶上圣诞购物季节，你就需要确保创意实施的每个阶段（也就是：产品设计，研发，生产，市场，广告，公关，销售，分销，等）都是为了在某个特定的时间让产品能摆上零售商的货架上。

作为一个项目领导，要求每个团队或个人定期的报告更新是非常必要的。要创造出一个成功的环境，有时候需要在某个落后的环节投注更多的人力以及资源。这取决于项目领导的判断力或是落后的团队或个人的要求。

你希望人们都能付起自己的责任，完成各自的工作。如果每个人都对项目充满激情，你会发现人们为了完成分配给他们的任务而工作的特别努力。但是因为有些人在压力之下会表现得不够好，你需要确保这些认知道最后期限，但不要总是提醒他们而让他们觉得又很大的压力。如果可能的话，可以用一些幽默的方法来激励员工。威胁只会产生你所不期望的更大的压力。在这本书的后面部分里，1-800-Flower.com的创始人和首席执行官，吉姆麦考恩（Jim McCann）会谈到他如何在创意实施过程当中使用幽默来激励每个员工并让工作保持正轨。

第9节：检查结果（短期的和长期的）

第九步：开始实施创意

当你已经决定了所有需要做的事情，也把实施创意相关的各项任务分派给了特定的人。现在就该让人们各司其职让事情运作起来了。这个过程中，你需要小心障碍和没有预见到的挑战，小故障，或是需要处理的情况。当某些情况出现的时候，你需要马上处理，如果需要的话，采取创造性的处理方法。

如果所有的事情都正常完成了，实施你的新创意会改变过去看待问题的方法，当然希望是有所改善。新创意一旦实施，会提供大量的新机遇和新的挑战。这些新机遇和新挑战又会需要进一步的头脑风暴和创造性思维。这是一个永远没有尽头的过程。新创意的实施会导致对更新创意或是改善的需求。

第十步：检查结果（短期的和长期的）

从你一开始确定一种需求，议题，情况，机遇或是问题（你需要进行头脑风暴的原因）开始直到你最终实施了你想出来的一个或是几个创意，这其中的时间跨度可以是几分钟也可以是几年甚至更长，这取决与创意以及当时的情况。公司在绝望或是传统方法失去效用的时候能够更快的采用比较极端的创意。个人如果他们能清楚的看到好处就会在他们的个人生活，职业生活和财务方面采用新创意。

如果你还记得的话，整个头脑风暴过程的第一阶段是确认需要进行头脑风暴的原因，并决定你想要达到的最终目标是什么。知道了你想要的最终结果，你就可以非常简单地在实施创意的每个阶段衡量创意的实施是否成功了。

在你真正实施创意之前：

确定你所期望的结果。这一点需要非常清晰详细的写明白，不能留下含糊不清的区域等待以后的解释。

知道你如何采用一个实用的方法来定义创意的实施是否“成功”。

确定你如何衡量你的结果。需要在什么时候使用什么标准。

确定由谁来衡量最终结果并作出合理解释。

知道这些信息能帮助你确定什么时候你已经成功完成了预定目标，达到了你想要的结果。在创意实施的过程中，你需要问问自己：

正在实施的创意能达到我所期待的结果么？

如果预期不能实现，是什么原因导致的？什么事情做错了？哪些需要改进或者重新做过？（回答这个问题可能需要另外一次
头脑风暴。）

还有哪些能让你达到预期目标的事情还没有做？

如果这个正在实施的创意失败了，你是需要对它重新实施还是重新想一个全新的创意？你是否给了这个新实施的创意足够的时间来产生预期的效果？（你对这个问题的答案应该基于每个独特的情况，以及时间，资源，还有能够获得的新创意。）

第 **10** 节：产生你所期待的完美结果

这一章里介绍的创意实施阶段主要适用于那些大公司里使用的大创意。例如，在推出一个新产品或是完全改变日常商务操作的时候，会用到上面所有提到的阶段。

对于那些没有那么宏伟的创意，可能并不需要用到所有的阶段，而只需要用到其中的一些。你可能不需要做一个商业计划而只需要用一页纸写出创意实施的具体策略就可以了。你可能只需要独自一人或是找一个帮手就能实施你的创意而不需要找一大群的人参与到这个过程中来。

无论如何，如果你对自己的新创意富有激情，做了足够的研究和计划，你就会很大的可能获得成功。好了，现在你已经有了一个绝妙的创意，知道了如何实施你的新创意，下一章里你会了解到一些头脑风暴和创意实施的工具以及一些可以用来让整个过程更加简单的产品。

第八章 头脑风暴工具

不管你是谁，或者你是做什么的，进行头脑风暴最终要的工具当然就是你的大脑。为了帮助你加强你的头脑风暴能力真正使用你大脑的能力，你或许需要使用一个或是更多的工具。至少你会需要有一个方法来记录你的创意，这样你就有机会以后来评估各个创意并加以实施。

第 **1** 节：传统的工具**(1)**

建筑工人使用榔头，螺丝刀，锯子以及另外的一些工具来帮助建造。艺术家使用颜料，画笔以及画布来作画。音乐家使用乐器来作曲。你作为一个就要参加头脑风暴会议的创造性思考者也需要用一些工具来武装自己。

不管你是谁，或者你是做什么的，进行头脑风暴最终要的工具当然就是你的大脑。为了帮助你加强你的头脑风暴能力真正使用你大脑的能力，你或许需要使用一个或是更多的工具。至少你会需要有一个方法来记录你的创意，这样你就有机会以后来评估各个创意并加以实施。

在这本书当中已经介绍了很多的头脑风暴策略和工具。这一章会集中介绍一些传统的和高科技的工具，它们都能用来帮助你更加富有创意，更加高效地进行头脑风暴。但你是否使用它们就是你的个人喜好问题了。

传统的工具

你会在这一章的后面部分发现有很多软件之类的高科技工具，它们都可以在你头脑风暴产生创意的各个方面有所帮助。这些工具也能在你实施创意阶段让你更加具组织性。这个部分里我们则会专注于更加传统的不需借助电脑或是需要技术的工具。

在你进行头脑风暴或是需要使用创意解决问题的时候，你会发现如果你把传统的工具和高科技的工具结合起来使用会达到最好的效果。

笔和便笺

一旦你已经掌握了创造性思维和头脑风暴的技巧，你就应该开始养成随时带上笔和便笺（或者是另外的书写工具）的习惯。你
可以在你的包里或是口袋里放上一本小小的便笺和一支笔。也可以在你的桌子上，床边或是车上放上一个便笺和笔。你永远都不会知道绝妙的创意——一个你会想要写下绝对不希望忘记的创意——会在什么时候出现。

一旦你已经习惯了进行创造性思维和头脑风暴，你就会发现常常会是在你最没有料想到的时候，你会想出一个最妙的或是不怎
么现实的创意。所以能够随时记录下自己的创意是非常重要的。

已经有很多先例告诉我们很多企业家或是发明家他们最巧妙的创意出现在最奇怪的地方，像是享受他们最喜欢的晚餐的时候，
开车的时候，看电影的时候，或是在打高尔夫球的时候。你永远都不会知道下一个伟大的创意会在什么时候出现，所以随时准备着。

当你头脑中突然出现一个创意的时候，就算是在半夜里也要立刻起身把它记下来。写下来之后，你就可以回去做你之前在做的
事情了。然后你可以在一个更加方便的时候重新去考虑你的创意。因为已经记录下来，你就不必担心会遗忘了。

养成一个每时每刻都随身携带纸笔的习惯。根据你的日常活动还有你的个人喜好，你可以买你喜欢的书写工具，可以是防水的，有内置背景灯的（可以在黑暗的环境下写字），或是有很多种颜色和在一起的。有些人喜欢在头脑风暴的时候用非常昂贵的

Mont Blanc钢笔写下自己的创意。而另外一些人则中意便宜的一次性的圆珠笔。的确有些人在使用某种特别的书写工具来做笔记或是书写的时候会特别有灵感。

至于你的纸，只好是使用那些钉成一本的，你可以使用便宜的笔记本，活页本或是备忘录（而不是随便的几张纸），这样你的想法会更加安全也更加有条理。空白的日记本（书店有售）也是非常有用的头脑风暴工具。随便拿一张纸写下你的创意并不是一个好方法，因为一张纸会很容易被当做垃圾扔掉或者被你随手一放而遗失。

不管你是选择使用铅笔，圆珠笔，水笔，钢笔。抑或是蜡笔，只要你确定随时你都能找到笔写下你的创意就可以了。当下一个伟大的创意出现的时候，记得要使用这些工具来写下它。

第2节：传统的工具(2)

素描本

有些人在头脑风暴的时候喜欢使用文字。而有一些更加具有艺术气质的人则喜欢画出他们的创意来。就算你不是一个有天赋的艺术家，素描本让你能够用文字，图画，图表，或是你画出的另外的图像来跟更加具有艺术性地传递或是记录你的创意。对于创造性思考者来说，有些时候，一个图形或是图案能更好的激发他们的思维从而能得出绝妙的创意。当你开始接驳你的创造力的时候，大胆的记录下你图像化的创意和灵感。

象是广告策划在创意一个电视广告的时候，他们都会用情节串联图板的方式画出他们的创意以更好的传达他们关于电视广告的创意故事。

录音机

你是不是有时候思考的速度比你书写或是打字的速度快很多呢？你是不是有过这样的经历，当你想出一个绝妙的创意的时候你却是在开车或是做别的事情不允许你用笔和纸把它记录下来呢？在这些情况下，你可以使用录音机来说或是唱出你的创意来。

现在你可以买到一种微型的卡带录音机，它比香烟盒还小；或者你可以买数码录音设备（不需要磁带）它则比圆珠笔还小。一些数码录音设备能录下几个小时的信息量。而投资这些东西花不了你50美金。微型卡带式录音机比较便宜，也比较小（只有一美元纸币的一半大），还可以永久的储存你的信息（除非磁带被擦除）。

并不是所有人都习惯对这一台机器说话然后又在里面听到自己的声音的。如果你选择使用这种方法来记录你的创意和灵感，记得要仔细得给磁带做上标记，这样你后面就不会误删一些重要的东西了。你把一些东西录在磁带里之后，在方便的时候你可以回过头去把记录在磁带里的东西写下来或者是在头脑风暴会议上播放。

使用录音机的一大好处就是你可以说，喃喃自语，唱歌，或是录下身边的任何声响。这个在你开车的时候就特别方便。这些工具在小组头脑风暴会议上面记录下所有的东西也是非常出色的。

微型卡带式录音机或是数码录音机在办公用品商店里面（如OfficeMax或是Staples）或是电器商店里（Best Buy或是Radio Shack）都有售。

照相机或是录像机

有些时候你想出的创意如果用文字来书写的话可能需要好多页，或许你可以只是拍下那个让你产生灵感的事物。不管你是喜欢拍摄静止的照片还是动态的视频，你都能找到小巧，轻便，便宜的照相机让你能随身携带。

对于头脑风暴来说，使用数码相机或是马上成相的相机会让过程简单一些。中间就不需要冲洗和等待了。使用数码相机的话你可以把照片传到电脑上进行修饰和编辑，然后打印出来做日后参考用。最新的一些笔记本电脑，PDA，和手机都有内置数码相机，所以不管你在哪里你都可以拍下任何让你有灵感的东西。

不到10美金你就可以买一个一次性相机放在你的车上，手提包里或是手袋里。你不需要专业的摄影技术甚至不需要有任何的艺术细胞来拍下那些让你灵感涌现或是激发你的创造力的事物。

文摘卡

如果你不擅长技术性的东西，但是你还是想要能够灵活方便的产生创意列表，传递你的想法，或是修改它们改变它们的次序，文摘卡对你来说就非常的实用了。

每一张卡片上面写一个独特的项目，想法，概念或是创意。之后你可以把卡片摊在一张桌子上面，重新进行排序，丢掉一些卡片，增加一些，然后把它们归档好好保存。你也可以把卡片用颜色进行分类，或是字母顺序，你也可以发明你自己独特的系统来管理你写下的创意。在这一章里提到的所有的头脑风暴工具里面，文摘卡是最便宜和最方面使用的一个工具了。

第3节：传统的工具(3)

公告板

你可能在电视警匪片里面看到过这个工具的使用。根据头脑风暴的类型，公告板可以是一个非常有用的工具。在板上你可以订上文摘卡，照片，图表，报纸/杂志文章，或是跟你的活动相关的另外的东西，从而拼贴出文字和图像的大杂烩。然后可以重新排布这些东西，增加一或是减少一些不需要的资料。在你形成新创意的过程中，你可以使用板上的东西作为刺激物激发你的灵感。

很多软件也能达到一样的效果。然而如果你和很多人（在一个屋子里）在一起进行头脑风暴，用一个大的布告板可以让每个人都清楚地看到创意产生过程中相关的图像。除了公告板上的东西之外，你需要确保所有参加头脑风暴会议的人都有纸跟笔，从而在整个过程中他们都能表达自己的想法。在头脑风暴会议结束的时候，确定公告板上的所有的东西都写下来或是录下来了，没有一个创意被遗忘。

白板

使用一些彩色的记号笔，一块很大的白板可以有非常多的用途。特别是你跟一个团队一起进行头脑风暴的时候，这是非常有用的。在白板上面你可以列出创意，关键词，关键短语，图表，灰土，或是另外可以用颜色进行编码的视觉图案。新的创意或是概念出现的时候，老的那些就可以擦掉。在创意产生初期白板是一个非常有用的工具。另外你也可以选择传统的黑板，或者是很大的白纸可以放在一个图表架上用记号笔进行书写。

第4节：高科技工具(1)

电脑是一个非常强大的工具可以有各种各样的专业应用。尽管科学家和程序员们正努力创造出一种真正的人工智能，这样电脑就能跟人一样思考甚至有情绪了。但是现在，你还只能依靠你自己的大脑进行创造型思维和头脑风暴。

然后正如你马上就要知道的一样，你可以利用大量的软件来帮助你不论是一个人的状态下还是在团队的环境下进行头脑风暴。这一章立介绍的所有软件都能在微软视窗操作系统中使用。

你已经知道头脑风暴的方法有很多种。然后头脑风暴过程一旦开始，你所要做的就是让创意自由流动并记录下所有的创意留待日后评估。这里介绍的软件可以帮助你收集并组织大量的信息，通过一个快速实时想法的交流达到与别人的合作，或者是帮助你进行你自己的头脑风暴活动。

记住这些软件都是用来让头脑风暴变得更加简便的工具。没有一个可以代替你的创造力来产生创意，确定问题，或是用独创性的解决方法来解决面对的问题和挑战。

关于创意辅佐工具，每个人都有自己的喜好。所以使用这些公司提供的免费的试用版是非常好的主意。免费下载版本可以让你直接试用这个软件看看它是否能处理你所需要处理的任务让你的头脑风暴过程更加有效。

下面提到的是市场上一些头脑风暴，创意产生，要点罗列，或是传统的数据库软件。你可以用任何的搜索引擎（象是 Yahoo.com或是Google.com），用关键词“大纲软件”或是“头脑风暴”来找到另外的一些软件。本书所列出的价格是写作当时的价格，可能会有所变化。

第5节：高科技工具(2)

ThoughtPath软件

公司名称：Inventive Logic/Synectecs有限公司

电话号码：1-617-869-6530

网址：www.ThoghtPath.com

价格：$99（下载版）

$125（光盘版）

大部分的数据库软件都能帮助你收集，管理和共享数据。Inventive Logic的ThoughtPath则是一种完全不同的电脑工具。利用Synectics公司（1-617-868-6530，www.syntecsworld.com ）长达40多年的研究成果，ThoughtPath给个人或是一个小团体提供了一个强有力的工具，能真正的提高创造力帮助产生创意。

这个软件使用一套已经被认可的方法，以及一些不同的“创立联系”练习帮助人们提高他们的头脑风暴能力。除了能帮助激发一个创意过程，这个软件还能使用一个内置关系数据库对创意进行追踪。这样你就可以用关键词来进行搜索了。

据软件的生产商Inveentive Logic说，ThoughtPath能在小型会议或头脑风暴过程中起到非常好的
作用。很多个人跟公司都使用这个软件进行产品或服务发展，市场和销售策略，商业和策略计划，创意写作，职业规划或是解决问题相关的头脑风暴过程。

ThoughtPath除了帮助用户产生创意之外，它还能帮助评估和改进这些创意。然后可以做出一个你需要的报表。这个报表可以组织你的创意和想法帮助你对它们进行分析，或是把你的创意展示给别人看。

软件的开发者报告说：“ThoughtPath是为创造性解决问题和头脑风暴设计的。在你确定一个问题之后，这个软件会帮助你用一个系统化的方法来思考这个问题并想出全新的创造性的解决方法来。”这个软件非常容易操作，不需要很多的电脑知识。这个软件是用来提供给那些需要思考，想要变得有创意，努力想要让他们的想法是独创的人的。

这个软件由6个主要的模块组成，Inventive Logic描述如下：

1. 健身房：这是一个包括一系列可以根据自己的步调进行调整的练习和活动来帮助你提高你的创造力的头脑锻炼。这些活动主要关注刺激物的使用和创造性思维。举例来说，它会要求你用几种独特的方式来使用顶针，然后要你列出你绝对不会使用定针几种情况。

2.产生创意：用来从零开始产生新创意。

3.引导解决问题：这是一个逐步引导的解决问题的方法并帮助产生独创的解决方法。

4.解决问题：你可以使用这个模块进行更加个性化的自由的解决问题的过程。

5.概念的评估和改进：这个模块可以帮助用户评估和改进那些并不是使用这个软件产生的创意。

6.创意仓库：这个数据库能帮助你通过一些关键词和关键短语改变你对很多问题的思考方式。

用户可以使用Inventive Logic称为“离题”或是“刺激物”技术来帮助产生新创意。然后可以使用各种工具把任何创意转变成切实可行的解决方法（使用“逐条记录反应”过程）。

杰夫莫齐（Jeff Mauzy）Synectics的一位主管也是ThoughtPath的主要设计者解释说：“多年以来我们一直听到很多人说使用我们公司的产品产生新产品的创意，产生新发明的概念，对原有产品进行发展，甚至帮助构思电影《神探飞机头 2》（Ace Ventura 2）的情节。”

他还补充说到如果有人决定使用这个软件的话，第一步就是需要耐心。“开头几次使用这个软件的时候最好选择你有比较多的宽裕时间并没有压力的时候。就是说，不要在使用刺激物想出了几个创意就停下来，继续深入挖掘。这样你在最终选择的时候就会有很多的资源可以挑选。使用这个软件的时候，没什么可以害怕的。没有人会拒绝你的任何创意。使用这个软件的一个好处就是你不需要在别人面前展示你的创意。这个软件不会说你愚蠢，它也不会在乎你花了多少时间，同时它也不会关心你的拼写是否正确。使用这个软件给你带来的自由，让你的头脑开动起来，让你的创意滚滚而出吧。”

尽管这个软件没有很多的flash图画或这是一个精美的用户界面，ThoughtPath是一个独特的能帮助任何人学会如何变得更有创已成为一个独创性思考者的工具。这大概就是在过去的10年当中成千上万的各个行业的商业界人士使用这个软件的原因。这个软件可以供个人电脑使用，也可以在苹果电脑上使用。这大概是市面上关于头脑风暴和解决问题的最好的软件了。对于任何需要或想要变得富有创意但却需要一点帮助的人来说，这个软件就是真正适合他们的。

（上面文字的描述部分引用或是改写自www.ThoughtPath.com 上面的文字。）

第6节：高科技工具(3)

Inspiration 7

公司名称：Inspiration软件有限公司

电话号码：1-800-877-4292

网址：www.inspiration.com

价格：$69

这个软件本来是设计给学生使用的，但是任何想要让头脑风暴过程更加富有成果的人都可以使用它。受已经被证实的图像学习法驱动，Inspiration 7是一个帮助产生创意进行组织性思考的电脑工具。Inspiration软件的综合图表和纲要环境合一起帮助用户更好的理解概念和信息。

使用图表视图模块，用户可以创建概念地图，网络以及另外的图形组织并对它们进行操作。在这个模块里，用户能使用 “Rapid Fire”工具记下自己的创意，它的速度跟你思考的速度一样快。

根据Inspiration软件公司的网站，通过使用综合的“大纲视图”“用户可以快捷地把他们的想法转变成一个书面报告的基础。结果就是让用户能够更加清晰的思考，产生更加富有创意的计划，更有条理的写作，还有就是提高表现。只要简单的按一下鼠标，用户可以把一个图表变成一个传统的层次大纲。使用‘大纲视图’可以非常简便的优先或是重新安排各个创意的次序。”

因为这个软件是为年轻人设计的，Inspiration软件几乎所有的功能都可以通过点击屏幕上方的工具栏里的各个按钮实现。完全不需要记住键盘快捷键或是在菜单当中寻找。

跟ThoughtPath一样，Inspiration是一个任何人在头脑风暴过程中都能使用的出色的工具。但它是设计给单个的用户使用的，而不是给团队头脑风暴会议使用的。

（上面文字的部分描述引用或是改写自www.inspiration.com 上面的文字。）

微软Project 2002

公司名称：微软公司

电话号码：1-888-218-5617

网址：www.microsoft.com/office/project

价格：$599（标准版）

$999（专业版）

使用微软Project的一个好处是它可以和微软Office XP的所有应用软件包括 Word，Excel，Outlook以及Powerpoint完美的结合。这样这些应用软件间的数据可以快速简便的进行传递。同样的，这个软件的用户界面跟Office的另外软件的是一致的。所以如果你熟悉如何使用Office，学习使用 Project的过程就会非常简便快捷。

微软Project 2002标准版是一个项目管理软件。它是设计来帮助一个团队的人更好更方便的进行合作，交流信息，管理资源以及协作计划的。

根据微软公司的说法：“项目管理经常被认为是一个非常复杂也非常困难的商业过程，因此人们经常的误以为一个项目管理软件也应该是复杂并且使用起来非常困难的。项目管理仅仅是把很多人每天做的事情进行一个形式化而已。微软Project 2002是非常容易理解的，满足那些对项目管理还是很陌生的人的需要的。像是构造一个任务列表，跟踪项目进展，给人们分配任务之类的功能或是应用任务列表的功能都能在微软Project 2002当中非常简便的实现，但如果你使用Excel的话就会非常麻烦。”

使用微软Project的“动态时间安排”功能“你就可以马上看到一个日程表或是资源改变对你整个项目的影响。使用软件内置的项目指导，你可以非常便捷的建立一个新项目，管理各个任务和资源，追踪日程，并报告项目信息。”微软如此说道。

微软Project也能记录并管理头脑风暴过程中产生的信息，追踪跟创意评估过程相关的数据和信息，然后它可以作为一个管理新创意的实施并让它们成为现实的非常有价值的工具。特别是在实施阶段，这个软件能帮助你在项目实施的过程中保持一直在正轨，按照时间进度顺利进行，也没有超出预算。你所有的数据都可以用不同的形式展现：可以用表格，图表，以及各种各样的个性化报表。

只要花$6就可以有60天时间试用微软Project 2002标准版的所有功能，这个试用版可以从微软的网站上直接定购（www.microsoft.com/office/project/evaluation/trial.asp ）。

（上面文字的部分描述引用或是改写自www.Microsoft.com 上面的文字。）

第7节：高科技工具(4)

FileMaker Pro 6.0

公司名称：FileMaker有限公司

电话号码：1-800-325-2747

网址：www.filemaker.com

价格：$299

FileMaker Pro 6.0是一个可以根据不同的要求进行定制的数据库软件。它可以应用来创建和分享大范围的信息，包括文本和多媒体文件（视频剪辑，各种格式的数字图片文件）。在头脑风暴过程中和结束之后，或者是要管理各种大小的项目的时候都可以使用FileMaker Pro 6.0来追踪以及管理创意，人力，项目，图像以及信息。这个软件的用户界面非常简便，很容易上手。

而根据FileMaker有限公司的说法，让这个程序与众不同的是“FileMaker Pro 6.0提供了一个数据库
管理程序，而不需要用户自己去设计了。由于内置的模板可以有大量的不同种类的应用，用这个程序开始一个项目是一件非常简单非常快捷的。这个模板可以用于照片，产品信息，创意，发明，需要做的事情列表，预算或是任何种类的数据的归类。”

主数据库创建好之后，不管多少人都可以通过网络或是局域网简单地创建，组织或是共享目录，同时也可以多项目协作从而提高效率。

FileMaker Pro 6.0内的数据可以与无数的应用软件像是Microsoft Word ，Excel，多媒体，或是数码影像资源等进行交换。FileMaker Pro 6.0里面的数据还可以通过可选的FileMaker Mobile 2软件传输到个人数码助理（PDA），这样你无论在任何地方，你所需要的信息就尽在“掌”握了。

作为一个头脑风暴工具，这个软件在管理创意和项目以及用有条理的方法实施创意上面非常的出色。尽管这个软件并不能帮助你产生创意（或另外的内容），它可以帮助你收集，存储，组织，管理以及共享创意。最好使用在一个中型到大型的商业环境下或是一起合作的团队当中。

（上面文字的部分描述引用或是改写自www.filemaker.com 上面的文字。）

MindModel

公司名称：MindModel有限公司

电话号码：1-866-646-3663

网址：www.mindmodel.com

价格：$99.95

当我们需要储存以及管理事情，数字，数据或是想法（像是那些在头脑风暴过程中产生的）的时候，MindModel就
非常的实用。它是一个非常容易使用的关系数据库软件包，可以让你存储并提取任何内容的信息。

几分钟之内，任何人都可以创建一个个性化的数据库来储存和管理关于人力，公司，产品，创意或是任何事物的信息。用户不需要有任何的编程知识。的确市场上面有非常多的数据库软件，然而这个软件使用起来特别简单，灵活，储存信息上面非常的卓越 — — 例如，可以对创意进行列表然后可以根据不同的条件对列表进行搜索。跟FileMaker Pro不同， MindModel一般是提供个个人用户用于文本文档（而非图片和多媒体文档）。

（上面文字的部分描述改写自由该公司提供给媒体的资料。）

第8节：高科技工具(5)

让列大纲变得更加简单

对很多人来说，创建一个书写出来的大纲事做笔记，产生创意，或是为论文，会议方针，信件，报告，以及演示打基础的一个方法。如果你习惯于用大纲来记录你的创意和头脑风暴过程，你会发现有很多软件都可以帮助你更加简便的创建这些列表。

现在已经非常普及的文字处理软件像是Microsoft Word，都有内置的强大的大纲功能。然而，市面上面还有专门进行大纲创建和管理的软件，这些软件可以让你创建详细的大纲并对它们进行编辑和打印。

目前个人电脑使用的大纲软件包有下面的一些：

Green Parrot软件公司的Action Outline 2.0（$35，www.greenparrots.com/ao.html ）

EzO软件公司的EzOutliner （$49.97，www.ezoutliner.com ）

CaseSoft公司的NoteMap（$99，www.casesoft.com/notemap ）

Screenplay Systems有限公司的Story View 2.0（$99， www.screenplay.com/products/storyview/index.html ）

Academix公司的TakeNote! （$34.95，www.academixsoft.com/takenote.html ）

团队头脑风暴的新方法

头脑风暴通常是一个团队活动。然而，要把一群人聚集在一个屋子里专注解决一个问题事常常是如果不是不可能的话也是一件非常困难的事情，特别是参加头脑风暴会议的人在不同的办公室甚至是在不同的城市里。

通过电脑，网络或是宽带连接使用最新的技术帮助你来解决这个问题。Latitude通信公司的 MeetingPlace（1-800-999-7440 www.meetingplace.net ）是一个能让在任何地方的人参加实时视频会议的专业服务软件，只要他们身边有一个电话或是连上互联网的电脑就可以实现了。使用 MeetingPlace的视频或是网络会议功能，一个团队的人可以同时发言以及传送信息和文本。就算这些人在完全不同的地方，他们也可以一起创建并共享文件和图表。完全没用必要来回发送电子邮件和传真，因为所有的事情都是实时发生的，就像你们就是坐在一起开会一样。

MeetingPlace打破了常见的会议障碍让人们用一种有组织性的方式一起合作。这样头脑风暴会议就能很容易的进行，人们也能非常便捷地交流想法。MeetingPlace自动记录会议的整个过程，这样所有的声音，文本还有图像文件都可以留待日后参考。根据他们公司的说法：“这个软件还支持对与会者进行实时民意测验，同时还可以允许参加会议的两个人进行私聊，当然还有文件共享（这样一个Word文档或是Excel的电子表格可以让很多在不同地方的人同时加工）。”

这个应用软件可以供小型，中型，大型公司使用，特别适用于团队成员不能亲身参与的情况下举行的头脑风暴会议。这个服务的花费从每个月$99起，可以给多达25名成员使用MeetingPlace进行共享和交流创意（企业服务价格可以从该公司获得）。这项服务比视频会议更加便宜，互动性也更强。同时它也比基于网络的聊天和网络会议功能更加强大，它们只提供文本和数据的实时共享。

（上面文字的部分描述引用或是改写自www.meetingplace.com 上面的文字。）

与MeetingPlace相比功能没有那么强大的替代软件还有微软的 NetMeeting（www.Microsoft.com/windows/netmeeting ）。这个软件是免费的，连上摄像头之后，你就可以进行实时的视频，音频，图像（白板），文件，文本的传输。这个程序要求所有的电脑都连上网络。当然这个软件还是有一些限制的，特别是你的网速很慢的话。如果两个在不同地方的人想要一起头脑风暴，NetMeeting这个软件可以帮助交换想法进行项目合作。

第9节：高科技工具(6)

个人数字助理（PDA）

想象一下一个可以放进你的掌心却拥有电脑的能力的工具吧。尽管现在你已经是一个创造性的思考者了，但是你不需要发挥多少想象力来想象这种设备，因为它们都已经在市场上有售了。它们叫做个人数字助理或者是PDA。

HandSpring公司（www.Handspring.com ）还有Palm公司
（www.Palm.com ）都提供一些内置各种功能像是电子地址簿，日程表，计算器，任务清单，还有备忘录之类的

PDA。你还可以下载成千上万的应用程序到你的PDA上，让你的PDA变成一个功能强大但还是便携的文字处理器，货币转换器，甚至是电子日记本。

新的无线PDA像是Palm公司的Tungsten W甚至能让你上网，通过无线网络收发电子邮件。而 HandSpring公司的Treo 300除了上面提到的功能之外还有内置手机功能（与Sprint PCS，Cingular，T-Mobile，和VioceStream的网络兼容）。

PDA的价格根据功能不同，从不到200美元到500多美元不等。任何一种都可以作为头脑风暴工具。你可以用你的PDA随时记录下你的创意（然后可以传到电脑里面）还能存储海量的信息可供日后使用。有一些型号的甚至还是彩屏的并有内置数码相机，这样你就可以随时拍照，提上标题并传输到电脑或者网络上面。

作为一个非常条理性非常高效的工具，一旦你开始使用这些设备你会发现你根本就离不开它们了。对于从事头脑风暴的人来说，这些设备代替了纸笔可以随身携带，同时它们的存储，管理，以及能快速简便的传输信息的功能显然更加有用。在团队头脑风暴的情况下，如果每个人都有掌上PDA，数据就可以通过红外端口简单地来回传输。

同时你还可以选择一些头脑风暴，创意组织，以及创建大纲的应用程序安装到你的PDA上，像是：

Palm Learning有限公司出品的IdeaPad（$14.95，）。IdeaPad能让你非常简便的画出思
维图，概念图或是流程图之类的图表，然后把它们转变成文本的大纲，反之亦然。图表能输出到任何的桌面图形程序，而文本大纲则可以通过PDA内置的备 忘录输出到任何的文字处理器上。你可以使用IdeaPad来头脑风暴产生新的创意，解释概念，设计陈述，以及创建组织表格。（上面文字的部分描述改写自http://software.palm.com/上面的文字。）

HandsHigh软件公司出产的Thought Manager（$19.95， www.Handshigh.com ）也是一个提供给头脑风暴者和创造性思考者的出色的PDA软件包。这个软件能方便的组织你的创意，创建计划，会议记录，任务清单，演讲稿，购物清单，课堂大纲等等很多的东西。把你的大脑从思考每天的细节问题当中解放出来，让Thought Manager来处理这些东西。这个软件的个人电脑版也是有售的，这样你的创意就可以在你的PDA和电脑之间同步进行了。（上面文字的部分描述改写自www.Handshigh.com上面的文字。）

Aportis科技有限公司出品的BrainForest（$30，www.aportis.com ）可以组织行动项
目，建立大纲，追踪创意，计划项目以及管理清单。这个软件使用树状模拟技术来把信息组织成分级树或是直观树，枝干以及叶子。这个跟Microsoft Word当中的大纲的结构类似。这个程序可以允许客户自己设定任何掌上电脑设备的数据显示模式。枝干或是叶子可以进行优先，开始数据，结束数据，复选框（或是完成百分比）。该程序还能让某项数据自动重现。储存在 BrainForest里面的信息能用多种灵活的方式进行挑拣。“显示”和“隐藏”选项可以让你选择显示所有项目或是选择性的

显示到期或是紧急的项目。每一个项目都可以有备注。（上面文字的部分描述改写自www.aportis.com上面的文字。）

最近，PDA的价格有所下降，然而它们的功能却有了极大的增加。不管你需要什么，这些都是非常强大有方便使用的工具，它们是台式电脑甚至是笔记本电脑的很好的延伸。毕竟这些工具可以放进口袋里面仅重几盎司而已。

第10节：高科技工具(7)

精工InkLink手写输入系统

想象一下在一个规则的8.5×11的记事本上记笔记，然后这些笔记非常简单的输入到你的电脑或是PDA上供编辑或存储。如果你使用精工设备的InkLink手写系统（1-800-688-0817，www.seikosmart.com）你就可以把你自己的手写笔记，图画，以及创意都传输到电脑里。这个系统还不到100美金，同时包括了一块特殊的夹子可以接到任何记事本上。你还会收到一个特殊的用来做笔记用的（铁）笔。

你准备好把你写在纸上的东西传输到电脑里之后，你只需要把接口通过红外端口或是USB端口连到电脑或是PDA上。很快，你就可以在你的电脑屏幕上面编辑或是查看你的笔记了。InkLink手写系统跟InkNote Manager软件一起使用可以增加很多的功能。

你当然可以扫描你的手写的笔记，但是InkNote手写系统让这个过程变得更加简单更加快捷。而且在你的笔记以及图像输入到电脑之后它还能让你对它们进行控制。

用户可以根据个人偏好自由组织他们的笔记，包括日期，时间，类别，关键词或是另外的选择。另外你还可以编辑，剪切，复制，粘贴，分组/撤销分组，撤销/重复，画直线，甚至可以用7种颜色书写或是突出重点。InkNote Manager自动保存用户的笔记为“.ink”矢量文件，但可以把文件输出成BMP，PNG，或是JPG格式，从而可以用很多 Windows应用软件进行编辑。

SMART Board交互式电子白板

SMART Board交互式电子白板（1-888-42-SMART，www.smarttech.com ）是白板的高科技形式。SMART Board交互式电子白板把你的电脑和投影仪转变成教学，协作，以及陈述的有效工具。写在白板表面的信息能自动存储在电脑里面。这个功能确保你的创意不会丢失并能在任何时候访问。把你的创意存储入电脑就不需要专门找一个人进行记录工作了，这样所有头脑风暴的参与者都能全情投入到创意产生之中。

头脑风暴过程可以进行的很快，这样主持人就很难把创意用条理的易辨识的方法记录在纸上。而因为所有写在交互式电子白板上的信息都会分类保存，会议之后这些信息就很容易进行重新排序或是编辑。这样主持人就可以在把信息通过电子邮件或是打印出来的文稿分发给与会者之前整理好所有的记录。SMART Board交互式电子白板有各种尺寸可供选择，它在团队环境下是非常有用的。

第11节：建立你自己的头脑风暴工具箱

Rhymex 时钟

头脑风暴的一个方法就是使用随机的词语作为刺激物然后进行联想来产生新的创意。你可以打开一本字典随便翻到一页来寻找随机的词语。你也可以使用磁性诗歌套件(www.MagneticPoetry.com)。另外一个选择是使用 Rhymex 世界时钟的Rhymex时钟（www.rhymex.com ）。

随机词语时钟是一个让用户自己创造的功能性艺术品。这个时钟的概念是麦尔斯格兰纳迪尔（Miles Grenadier）发明的，并在在整个20世界90年代里不断改进，通过最近的电子技术才得以生存的。每个时钟都是手工制作，保证是独一无二的。时钟里存有成对出现的随机词语——你永远都不会知道下一个会出现什么。每个时钟都由电池驱动，方便携带可以随处摆放。

作家时钟（$320）对于那些偶尔需要一点灵感的有抱负或是职业作家来说，这是一个非常理想的工具。这个时钟上面有一个开关，至少轻轻拍一下上面的词语就会改变。而结实的木头外壳让它有一种自然的艺术感。这个时钟能自我照明，5到10英尺外不管是白天还是夜晚都能方便辨识。这个时钟是一个正方体，尺寸为4×4×4（英寸）。它可以永久使用。

旅行者（$79）是作家时钟的小巧粗糙一点的版本。它可以放进口袋里，所以它可以在徒步，露营的时候携带，或者只是简
单的在餐桌上面互相传递来开始对话。这个时钟有一个高分辨率的液晶显示屏。它有三相拨动开关，这样你可以选择照明或是无照明模式。只需要按一下开关，新的一对词语就会显示在显示屏上。这个时钟是黑色塑料外壳，一节电池可以显示上千对词语。

建立你自己的头脑风暴工具箱

这一章里介绍的工具并不是适用于所有的情况的。更加有效的利用这些工具的关键就是你需要在头脑风暴过程中或是实施创意
过程中确定你在不同情况下的需求，并利用那些你认为能够让你更加有效的工具。假以时日，你就能建立自己的头脑风暴工具箱了，

包括一些能帮助你在不同情况下进行头脑风暴的工具。不管你是一个人还是在一个团队中进行头脑风暴，这些工具都能帮助你以一种更加有条理的方式处理问题，面对挑战，从而你可以找到创造性的解决方法和绝妙的新创意。

然而有的时候当一个团队的人聚在一起开始头脑风暴，事情却没有按照预定的情况进行。不断的会有干扰出现，人们缺少创意或是不能专注。在这些情况下，你可以考虑使用头脑风暴协调者。头脑风暴协调者是一群职业的创造性思考者和组织者，他们能帮助进行指导和培训。你可以从下一章里知道更多这些人是做什么的，而你是否能从他们的服务当中受益。

第九章 让头脑风暴更简便——雇用一个专家
头脑风暴协调者跟会议主持人有很大的区别。会议主持人或是功能协调者的主要职责是监督整个商务会议，确保所有的事
情都按预定轨迹进行，提供会议所需的所有工具（电脑，投影仪，白板等等），食物准时到达会场，并确保所有人的需要都能到满足。

第1节：请一个职业专家来帮忙

不管你相不相信，有一批人是专业帮助别人成为更加有效的头脑风暴者和创造性思考者的。这些人可以给个人或是各种大小的
公司提供各种范围的服务，主要是提供一些指导和引导来加强他们的创造力从而可以更好的解决问题。

头脑风暴协调者跟会议主持人有很大的区别。会议主持人或是功能协调者的主要职责是监督整个商务会议，确保所有的事情都
按预定轨迹进行，提供会议所需的所有工具（电脑，投影仪，白板等等），食物准时到达会场，并确保所有人的需要都能到满足。

而头脑风暴协调员则是走进一个团队里面并引导这个团队使用创造力和头脑风暴技巧来达到一个特定的目的和目标。举例来说，一个公司可能需要聘请一个专家来帮助发展新产品的创意。

当公司遇到需要使用创造力或是用另外的方法思考的时候，然而公司内部并没有知道如何做的人的时候，就需要请一位头脑风
暴协调员来帮助公司内部的人来产生和实施他们的创意，而不是需要头脑风暴协调员来产生创意。

找到一个合适的头脑风暴协调员

寻找一个头脑风暴协调员最好的方法当然是由使用过的公司或个人推荐。网络也是找到他们的一个强有力的工具。使用网络搜索引擎（如Yahoo.com或者是Google.com），输入下面的关键词：

头脑风暴协调员

创造性问题解决方法

创意咨询顾问

创意专家

创新咨询顾问

创新过程领导

在真正请一个人之前，你需要弄清楚这个人是不是有很好的信用记录，并有丰富的经验从事你所需要进行的头脑风暴类型。明白自己的目的是什么之后，找一个能帮助你达成这些目标的人。

记住一个有丰富的与世界500强公司合作经验的人可能不知道怎么样为一个刚起步的十个人的公司，网络公司，小型家族企业，作家或是艺术家服务。

你可以事先跟一个头脑风暴协调员会面互相了解一下看看他/她是否适合给你的公司（或者是你个人）做咨询。创意和头脑风
暴协助本身就是一个产业。很多咨询顾问都可以提供跟创意，创新，和头脑风暴相关的各种服务。头脑风暴协调员可以帮助你实现你所想要并且需要实现的目标。

更近一步的审视两个头脑风暴协调机构

下面你将要读到的是对Sybectics有限公司和Basadur应用创意公司的主管的访谈。这两个公司都是独立的头脑风暴协助机构，是业界的先驱。这两个机构都有很好的帮助世界上最有名的公司的记录。在这些访谈当中，两位创意和头脑风暴专家会分享他们关于请一个头脑风暴协调员的意见，并提供一些如何成功产生创意的小贴士。

杰夫莫奇（Jeff Mauzy）

Synectic有限公司/Inventive Logic 有限公司

电话号码：1-617-868-6530

网址：www.synecticsworld.com

第2节：背景(1)

杰夫莫奇（Jeff Mauzy）是Synectics有限公司的主管（也是Inventive Logic有限公司的主
席）解释说他们公司的工作就是帮助他们的客户创造并发现全新的创意，全新的思维方法，全新的行为，以及全新的工作方法。 Synectics通过经验发现如何解决问题的能力就藏在他们客户的头脑当中沉睡。因此Synectics公司的任务就是帮助把这些创意发掘出来，并把它塑造成可以实现的状态。

Synectics基本上只与世界上的一些大公司合作象是3M，美国捷运公司，奥迪，汇丰，可口可乐，锐步， Kellogg，哈佛医学院，IBM，Mars，北约，纳贝斯克，雀巢以及壳牌石油。

就算你请不起杰夫和他的团队，你可以利用他们的研究和知识。除了阅读这个访谈之外，你还可以通过使用 ThoughtPat软件（由Inventive Logic公司出品）。这个软件在第八章里有了详细的介绍。它所使用的很多规则，练习和课程跟杰夫以及Synectics的专家教给高层管理者的是一样的。

（上述文字的部分信息来自该公司和个人提供给媒体的材料）

与杰夫莫奇（以下简称JM）的访谈

问：你是为客户提供创意还是帮助他们自己产生创意呢？

JM：我们最基本的概念就是你对你自己的公司以及它的运作情况了解的比我们多得多。我们相信你已经有了足够的知识。我们所提供的就是让你知道创新的过程是怎么发生的。简而言之，我们只是作为一个催化剂帮助你更好的帮助你自己。我们相信每个人都有创造力和独创能力。问题是，这些与生俱来的能力经常是被教育，文化以及错误的竞争给压抑了。

问：要帮助人们或是公司想出绝妙的创意需要做什么呢？

JM：我们设计了很多种个性化的课程和练习。我们的一个目标就是要完全消除那些扼杀创意的负面因素。举例来说，人们需要得到针对他们个人的激励才会变得有创意。仅仅给他们工资并不能让他们发挥出他们所有的潜能，因为这个还不够私人。他们需要考虑他们了解的，相关的，并且是相信的问题或是情况。我们还努力帮助减少与创造性思维，头脑风暴，分析创意，以及实施创意相关的恐惧和担忧。

问：据你所知，公司在采用创造性思维策略的时候犯的最大的错误是什么？

JM：一个很大的错误就是人们常常期待能马上看到结果。我们生活在一个要求快速反应的社会当中。我们都被迫在很紧的时间限定下工作。如果你太过匆忙的话，你就会被迫作出妥协，而这些妥协常常需要我们付出惨重的代价，可能需要从头进行头脑风暴过程。人们需要慢慢变得有创意，并让事情按照它们自己的步骤发生，这一点非常重要。

问：当那些努力想要变得更加富有创意的人遇到创意瓶颈的时候怎么办？

JM：创意瓶颈通常是由于恐惧造成的。人们都害怕失败，害怕自己的创意不够相关，或者是害怕他们的创意受到嘲笑。当然我们有一些策略可以帮助人们克服这个问题，像是使用漫游技巧（思维刺激物），暗喻，或者是角色扮演来帮助人们提高自己的创造力。但是你所要做的第一件事情就是消除那些阻碍成功的现实的或是想象的恐惧。当有人或是一个团队的人在进行头脑风暴的时候，最糟糕的事情就是还在产生创意的时候太快开始评价，批评，以及分析那些创意。马上就评估一个新创意是很多人不由自主会去做的，但是一个错误的方法。

第3节：背景(2)

问：创意产生之后分析它们的最好方法是什么？

JM：我一个简单的回答就是“不要尝试去分析。”人们通常用错误的标准来评估创意。例如，人们会用新奇程度，感不感兴趣，还有是否可行这些标准来评估一个创意。而这些标准常常是互相矛盾的。真正新奇的有趣的创意就是那些你从来没有去尝试过的，而你不去尝试它们是因为你觉得它们因为某个原因不可行。大部分的人说客观的看待某个创意的时候，他们真正的意思就是根据已经被公认的标准用是否可行来衡量这个创意。这个会导致新的创意一般都是基于原有的创意进行延伸和扩展，而不是产生那种全新的，突破性的，新鲜的创意。同样人们可能过度分析一个创意。人们如果分析的太过深入，太过迅速或是太早都可能导致停滞不前。

问：一些公司雇用Synectics的原因是什么？

JM：我们帮助公司达成各种各样的目标。例如，我们在几年前曾经跟一个主要的金融机构合作帮助他们解决千年虫问题。他们已经有了一个计划了，但是他们想要我们帮助他们看看是否还有突破性的想法他们没有考虑到的。我们也帮助一个有名的石油公司在他们设立一个新的炼油厂之前进行头脑风暴。设计师想要知道在真正开始建造之前，是否还有什么新的创意可以应用于炼油厂的设计。还有很多公司雇用我们来帮助他们为原有产品开拓市场，产生关于新产品的创意，或者是帮助他们可以不用解雇员工而大幅减少成本。我们经常帮助公司解决问题，找到机遇并且抓住机遇。

问：如果有人想要雇用像你这样的公司，他们需要事先做什么准备呢？

JM：他们需要考虑的一件事情就是他们公司的人和我们公司的人之间的“化学反应”。我们的工作可以帮助我们的客户从困
境当中脱离出来。他们带着问题来找我们，我们经常把他们的世界完全颠了个个来找到一个突破性的创意。我们有时候会在我们的客户拼命想要找到一个解决方法的时候他们一起去爬山。这会对他们造成非常大的压力。我们的客户必须要信任我们和我们的技能。他们必须要相信我们是为他们的公司在工作。尽管最终还是由客户作主的，但是有的时候他们需要放手相信他们雇用来的专家，这个时候化学物质就非常重要了。你作为客户需要相信你所雇用的人，相信他们明白你所需要解决的问题在哪里。除了跟客户一起工作之外，在Synectics我们还继续研究创意和创新。这些研究产生了创意应用工具，也正是我们在为客户工作当中使用的。

当你第一次接触头脑风暴协调员的时候，需要让他们不但使你相信他们能帮助你并且说明他们怎么能做到这一点。
你需要相信他们所要采取的措施是有效的。我认为在决定雇用谁的时候价格并不是一个因素。如果这个过程有效的话，你会为你的投资赢得回报的。决定雇用谁的因素应该是由你想要实现的目标决定的。而选择最便宜的并不一定能让你达成你所期望的目标。

最后，不管你是因为什么原因雇用头脑风暴协调员来让你的公司变得更富创造力，不要克扣这个过程。不要期望
咨询顾问来到你公司之后的几个小时之内就立马产生成效。很多人都期望快速，便宜而且是优秀的效果。当你开始进行创新，头脑风暴和创造性思维的时候，前面的三个要求可能不能同时满足。

闵巴萨德博士（Min Basadur）

Basadur应用创意公司

电话号码：1-888-88-SOLVE

第4节：背景(3)

Basadur应用创意公司是由闵巴萨德博士（Min Basadur）创立的，包括了来自全球各地的头脑风暴协调员和创意专家。Basadur应用创意是一个由经过严格培训的专家组成的网络，他们都曾经帮助过上百家公司对他们的日常作业进行重组，利用创造性思考的力量产生积极的结果。

闵巴萨德博士是位于加拿大安大略省汉密尔顿的麦马士达大学（McMaster University）麦克尔德格鲁特商学院（Michael G. DeGroote School of Business）的创新教授。他也是Basadur应用创意公司的创始人，该公司在辛辛那提和多伦多都有办公室。

巴萨德博士是应用创意领域广受尊敬的领军人物。他在创造性思维，独创以及解决问题方面有多年的经验。在他从业的这些年里，他帮助了几百个公司的领导，这其中包括宝洁，菲多利(Frito-Lay)，百事，以及福特公司。他主要是帮助这些公司各个层次的员工动用他们的创造力帮助公司产生上百万美元的盈利或是节约成本。

巴萨德博士学习的组织心理学和工程心理学，当他在宝洁公司与团队一起开发新产品的时候，他改进了自己关于创造性思维和解决问题的理解。之后他创立了让他赢得荣誉的单一系统（Simplex System）。这个系统以一套相互联系的工具为特征。

今天巴萨德博士包括软件行业，微电子行业，电子通信行业，金融业行业，健康行业，食品和饮料行业，出版业，能源行业，
零售业，生产行业，电子商务行业，等各个行业的客户进行了广泛的合作。

在这个访谈当中，巴萨德博士跟大家分享了关于谁才需要聘请专业头脑风暴协调员，并解释了头脑风暴协调员能做些什么，提
供什么样的服务。他还介绍了他跟他的同事花了几十年发展出来的关于如何应用一些已经都到证实是有效的创造性思维技巧的方法。这些技巧现在得到了很多北美及全球公司的应用。

（上述文字的部分信息来自该公司和个人提供给媒体的材料）

与闵巴萨德博士（以下简称MB）的访谈

问：你是怎么样开始在头脑风暴和创意咨询这个行业工作的？

MB：我以前在大学的时候学的是工程物理学。毕业之后就开始在宝洁公司在加拿大的研发部门工作。因为在我面试的所有
公司当中，这个职位对我来说是最有趣的。可以让我有广阔的职业发展空间。研发部门也提供了一个比较宽松的工作环境，正是在那样一个环境里我得到了很好的发展。我开始真正喜欢上开发新产品这个工作。在那些年里。我发现自己是一个“水平思考者”而不是一个“垂直思考者”，这一点跟我的同事完全不同。

在加拿大公司工作了6年之后，我受邀到宝洁位于俄亥俄州辛辛那提的办公室工作。那个时候，公司的收益和成长都没什么明显的发展，到了一个需要新鲜创意流入的关键时刻。公司就选派我去学习如何把创意应用于公司的运作。我参加了许多研讨会。

并在公司内部开始了自己的咨询工作。那个时候我的工作就是给宝洁公司内部各个区域各个部门的员工进行培训让他们变得更富创意。

接下来的九年里面，我在宝洁公司的几乎所有部门都做过咨询方面的工作。同时也为我的工作申请了三项美国的专利。然后我发现我真正想要做的事情是帮助别人包括各种组织变得更加富有创新精神。为了达到这个目的，我参加了辛辛那提大学的管理学的博士课程。我关于创造力和创造性的问题解决方法的毕业论文赢得了全美心理学协会的大奖。这个时候（20世纪80年代），我是宝洁公司内部的咨询顾问，但我也开始接到福特汽车，通用食品，固特义轮胎，等公司等电话想要聘请我。也就是在这个时候我创立了Basadur应用创意公司。

第5节：背景(4)

问：那些著名的公司曾进是你的客户？

MB：除了宝洁之外，我还为菲多利，百事，福特汽车，佳能，IBM，通用磨坊，TRW，《今日美国》等等很多世界
上各种大小得公司工作过。这些公司的共同之处就是他们公司的高层管理者都认为创新是非常重要得一件事情。头脑风暴并不是一种有趣的游戏。它是确定并实现一个商业目标。创新跟效率一样也可以成为公司内部的一项普通的商业功能。

问：之前你提到你认为自己是一个“水平思考者”，这个是什么意思？它跟“垂直思考者”有什么不同呢？

MB：一个“水平思考者”就像是一个项目经理。他能想出一个创意并在公司内部所有部门里面推动这个创意成为现实。大
部分公司都把各个功能分成像是地窖一样的部门。像是生产部门，研发部门，市场部门，还有销售部门，每个部门都有自己的工作。研发部门的人不关心市场部门的人在干什么。这样每个部门的人都是典型的“垂直思考者”。他们只关心完成自己部门内部的目标。举例来说，研发部门只管开发新产品，而要实现这个产品就是工程部门的事情了。就像是一个接力赛。每个部门都只管做自己的工作，然后把项目交到另外一个部门手上。而一个“水平思考者”就能纵观全局，看到自己的工作就是把创意从一个部门转到另一个部门直到最终产品到了客户的手上。这个人不关心每个部门的目标，他或她所关注的是整体，大局。大部分公司只有很少的或是没有“水平思考者”或者说是真正的项目经理。很多公司都需要从外面聘请这样的人，主要原因就是一般公司内部会对这样的人有很大的抗拒力。

问：对于那些需要或是想要加强自己的创造力的公司来说，你是否建议他们聘请头脑风暴协调员呢？

MB：那正是我们所做的事情。这是我们最主要的业务，所以我的回答是肯定的。我们教会公司如何进行头脑风暴并达到创意的自给自足。我们的工作主要有三类。第一：我们作为头脑风暴协调员帮助一个公司达到他们一个特定的目标。我们不会为他们工作而是提供他们需要的指导来帮助他们自己产生创意。这个短期的过程我们叫做“创意运转”

我们的第二类工作是帮助一个公司内部的员工开发他们的头脑风暴和创造性思维技巧。我们并不是要解决某个特定的问题，
而是教会一个公司如何更加创造性的工作。这个工作也就是传授头脑风暴的技巧。

最后一类就是帮助公司把创意变成他们的生命。这个过程包含一个我们叫做“创新审核”的步骤。也就是我们到那个公司
去，坐下来跟他们一起决定什么能被称为创新。我们需要确定因为缺少创新他们所面对的挑战是什么，还有该公司是否已经用自己的方法定义了创新。这些都是跟客户公司的高级管理层一起完成的。创新可能是增加每年上市的新产品。这个就是确定的需要，然后我们就会根据公司内部资源为我们的客户作出一个计划来实现这个目的。这个过程就不仅仅只是传授头脑风暴技巧那么简单了。

问：当你传授头脑风暴技巧的时候，你一般从哪里开始？

MB：头脑风暴就是我们叫做“主动分歧”或者是“找到问题”，就是能够找到那些公司或个人都不知道自己存在的问题。下一步就是“解决问题”阶段，也就是想出一些过程，技术或是产品来解决那些确定的问题。最后就是实施新创意和新的解决方法了。

我们的工作并不是代替我们的客户进行头脑风暴，而是教会他们如何进行头脑风暴，也就是“授之与渔”。经常一个
公司会说他需要有创意有创新，但是他又不愿意做一些事情来实现这个目标。我们的目的就是教授那些必须的技能，这样公司就可以在实现创意方面达到自给自足。我们的口号就是“对人们的思维方式进行革命”。

问：你如何描述Basadur应用创意公司的最合适的客户？

MB：那应该是一个真正对长期进行创新感兴趣的公司。他愿意花时间来发现自己的创新问题在哪里，建立一个很好的创新
策略，并愿意努力让高层管理者学会创造性思维所必需的技巧。大部分公司都已经有了大量拔尖的分析性思考者。他们现在所需要的就是愿意学习如何进行创造性思维和创新性思维的技巧的人。成为一个创新性的公司不仅仅只是，象很多公司做的一样，在公司的墙上挂一个标语号召所有员工进行“创造性思维”，还需要做很多切实的努力。

关于公司大小，我们跟各种大小，各个行业的公司都有过良好的合作。我们从我们提供的服务到我们收取的价格方面
都可以根据客户的需要进行改变。

第6节：背景(5)

问：你们会教客户那些技巧？

MB：我们主要教授我们称为是“主动分歧”的技巧。这是一个能在任何情况下主动创造出选择的能力。这些选择包括看到
不同的观点，创造出或是确定需要解决的新问题。我们同时还教授如何用不同的方法来定义一个问题，一个机遇或是一个趋势。这些都是归于“发现问题”下面的好的事情。

世界上最著名的发明家所擅长的不是找到一个解决方法而是找到需要解决的新问题。我们同时也教授如何克服对新创意的抵触。所有的这些主动分歧都需要在非分析性非判断性的态度下完成。这种思维中非常关键的一点就是需要我们愿意接受不同的观点。

我们主要教授的第二项技能就是我们称为“主动会合”的技巧。它是主动分歧的反面。这是一种需要我们敞开心胸来评估各个
选择并明智地把有希望的选项跟那些不是那么有希望的选项区分开来的能力。这个过程包括为这些选择建立公正的标准，并为整个过程顺利进行做所有需要做的事情。

我们教授的第三项技能就是如何区分主动分歧和主动会合。这是我们有意识延缓判断或是逻辑的能力。这个能力能让一
个人避免罗列出为什么这个创意不可行的所有原因然后否定另一个人的创意。对于一个团队来说，系统的进行分化然后进行会合是非常重要的。基础的过程就是不断发现新问题，创造新机遇，概念化模糊的想法，并对需要解决的问题进行详细的定义。爱因斯坦曾经说过，如果他只有一个小时的时间来拯救世界，他会花55分钟来定义并概念化面对的问题，然后用5分钟来解决它。

接下来我们培训人们来评估来自概念化阶段的可能的好选择，并建立一个详细的很有可能有效的计划来解决问题。

最后，我们会教授如何实施。实施就是采用新的解决方法并把它应用于公司的运作直到克服了所有的阻碍。所有的这些阶段都是创新过程的一部分。一旦一个问题的解决方法已经得到了实施，它经常会让公司面对新的问题。这样公司就会进入一个永无止境的发现和利用新机遇的循环。

我刚才所说的技巧和基本过程在任何一个公司都是适用的。不管我们做什么事情，我们都追求简单。我们认为每个人都是有创意的。然而我们知道有一些人更适合作为创意产生者，优化师，或是概念师，而另外一些人则适合实施创意。除非你公司内部拥有能满足所有需要的人员，否则新创意是很难产生并得到成功应用的。

问：你刚才所说的对在团队中进行头脑风暴的人来说是非常有用的。那些单独进行创意工作的人是否也能采用相同的步骤呢？

MB：是的。所有的规则都适用。举例来说，爱迪生需要自己做所有我前面说到的事情。最伟大的艺术家花大量的时间来发现问题，把它们概念化，然后画出来。我们认为这些过程在三个层次——个人，团队，和整个公司——都是有效的。如果你自己独自工作，你就不会受到别人的阻碍。没有人会挡路。当你在一个团队的环境下，你身边会有很多持有不同观点的人，而你则不得不协调所有的工作，这样他们就不会互相阻挠了。

问：当人们试图变得有创意的时候，创造一个有益于头脑风暴的环境有多重要？

MB：一个有益于头脑风暴的环境当然会有所帮助。我们有一个创新中心，在那里人们可以根据自己的需要来创建自己的环境。像是我们可以把灯光调暗，放上音乐，给人们大量的空间可以来回走动，我们还给他们提供白板让他们自由表达自己的观点。你创造的环境能让人们更好的从他们的日常工作当中脱离出来，这个环境就是有益的。我们努力让人们从他们的日常环境当中脱离出来，远离电话之类的干扰。很多公司发现在内部设立一个创新中心是非常有效的。

问：恐惧如何限制人们的头脑风暴能力和创造性思维能力？

MB：人们需要知道在没有人会对他们进行挑剔的情况下进行创意的感觉是多么好。要克服表达自己观点的恐惧常常需要特
殊的培训。如果人们害怕创新或是表达自己的观点，他们创意的能力就会极大的缩减。只有在所有的创意都产生了之后我们才需要考虑逻辑或是判断，只有在那个时候你才可以提供批评意见。

在团队环境下，我建议在一开始就需要设定一些规则。让每个人都清楚这里不需要判断。一开始的目标应该是产生大量的创意，并让人们在别人创意的基础上进行发展和延伸。头脑风暴协调员就是需要确保这些规则得到了很好的遵守。

第7节：背景(6)

问：如果人们遇到头脑风暴障碍而不能想出新创意的时候，你对他们有什么建议么？

MB：当这个情况发生了，很多时候我们只需要让人们对他们的工作环境更加放心就可以了。我们为克服头脑风暴障碍发展了一个策略叫做“W.I.O”，WIO代表“只有离奇的想法”。我们让人们在一开始的时候提出他们所能想到的最最离奇，最最惊世骇俗的想法。像是最初的10个点子必须是古怪的之类。这是让人们敞开心胸的好方法。通常情况下，人们总是在审判自己或是别人，这也正是导致头脑风暴障碍的重要原因。在一个古怪想法的基础上得出一个好创意会比把一个非常实际的想法发展成一个更具创意，更具创新性的创意简单的多。

人们想出10个古怪的点子之后，他们就需要想出每个点子的好的方面。这些点子的不好的方面是不允许讨论的。我们发现人们总是能从最古怪的点子上发现它好的方面，并在此基础上得出新的创意。这些古怪点子就是发展创造性思维的砖头。如果一个

房间里面有很多个团队一起工作，每个组可以挑出一个最古怪的点子然后互相交换。然后他们需要在别的组想出的古怪点子基础上进行发展改进。

另外一个克服头脑风暴障碍的活动就是我们叫做“分散”的活动。很多想法都非常宽泛非常概括。我们鼓励人们产生更加具体的创意来分解那个概括的概念。例如，如果我们为一个汽车制作商工作，他们需要让汽车更加舒服。我们就会召集关于能达到这个目的的所有方法的创意。

问：在头脑风暴过程中，设立目标有多重要？

MB：设立目标会非常有帮助。如果人们向着一个设定的目标前进的时候他们常常能做到不可思议的事情。让人们开始头脑风暴，我们可以设定目标是想出150个新创意，或者是在已有的基础上再想出10个创意来。虽然设立目标是非常有用的，但是设立时间限制并不会对头脑风暴有所帮助，因为有些人会在压力之下失去创意。

问：头脑风暴过程中可能犯错么？

MB：你惟一能犯的错误就是不遵循规则太快对一个创意进行批评。头脑风暴是一个过程。不要去批评别人的创意是非常重要的，然而你更加不能暗暗对自己的创意进行批评和判断，这样你会害怕发表你自己的想法的。这个问题的发生只是因为疏忽，是非常普遍的。

问：在头脑风暴过程中，你会建议人们使用哪些工具？

MB：那些可以放在画架上的大白纸是非常好的头脑风暴工具。然而你必须把所有写在纸上的东西张贴上去。每次一张纸写满了，它就应该订到墙上让所有的人都看见。这个的目的是看看所有已经产生的创意并在它们的基础上进行发展和改进。保证所有的想法都在纸上写下是头脑风暴协调员的工作。

除了这些物体工具之外，我鼓励人们利用自己的五种感官作为工具。为了从完全不同的角度考虑问题，你可以思考一下你看到的，感觉到的，听到的，闻到的，和尝到的东西。有些事情可以刺激更多创意和创新。我们发展了很多帮助刺激人们创造性思维过程的练习。

问：关于头脑风暴或是聘请头脑风暴协调员你还有什么另外的建议么？

MB：确定通过头脑风暴你需要达成的目标，并明白这个活动如何能够适合你已有的公司结构。如果你想要团队中的人能进行创造性思维，你公司的奖励制度之类的就应该要奖励那些在团队中想出了好创意的人。如果需要，请一个顾问来帮助你弄明白通过创造性思维你想要做到的事情。事先做好一个关于你的目标和如何通过创造力实现的计划。

在接下来的两章里，你将有机会从那些由于自己的头脑风暴和创造性思维能力而获得巨大成功的人那里学习他们的经验。